



REGIONE PUGLIA

AREA POLITICHE PER LO SVILUPPO
ECONOMICO, IL LAVORO E L'INNOVAZIONE

SERVIZIO INTERNAZIONALIZZAZIONE

Piano operativo di marketing localizzativo regionale, 2014-2015



1.	PREMESSA	3
2.	SCENARIO DI RIFERIMENTO	6
2.1.	Lo scenario macroeconomico e le principali tendenze dei flussi degli investimenti diretti esteri.....	6
2.2.	La posizione dell'Italia	12
2.3.	L'apertura internazionale dell'economia regionale	15
3.	IL POSIZIONAMENTO COMPETITIVO	25
4.	INDIRIZZI STRATEGICI ED OBIETTIVI.....	26
4.1.	Gli obiettivi strategici	29
4.2.	Le priorità geografiche.....	30
4.3.	Le priorità settoriali	30
5.	LINEE DI INTERVENTO	32
5.1.	Gli interventi trasversali	33
5.1.1.	Attivazione desk <i>“Invest in Apulia”</i>	33
5.1.2.	Predisposizione ed implementazione di strumenti informativi integrati per i potenziali investitori.....	34
5.1.3.	Istituzione e gestione roster, esperti di business scouting	35
5.1.4.	Pianificazione e realizzazione campagna di promozione <i>“Invest in Apulia”</i>	35
5.2.	Gli interventi settoriali.....	36
5.2.1.	Progetto strategico: <i>“Apulia Attraction”</i>	37
5.2.2.	Progetto strategico <i>“Apulia Business Exchange: Smart specializations”</i>	38
5.2.3.	Progetto strategico <i>“Apulia Business Exchange: Design & Innovation”</i>	39

1. PREMESSA

Nel periodo di programmazione 2007 - 2013, le politiche di intervento regionale a favore dell'internazionalizzazione e dell'attrazione degli investimenti si sono inserite nel quadro più ampio ed articolato degli interventi regionali a favore della competitività e dell'occupazione che, in seguito allo scatenarsi della crisi economica globale del 2009, hanno assunto una logica di "manovra anti-crisi", con iniziative sempre più mirate a recuperare e rafforzare i vantaggi competitivi delle imprese e l'attrattività del territorio, attraverso incentivi ed agevolazioni a favore dell'innovazione, degli investimenti produttivi, dell'accesso al credito, dello sviluppo delle competenze professionali e dell'internazionalizzazione.

Negli ultimi anni, infatti, pur nel contesto sfavorevole del prolungato periodo di crisi che ha colpito a vari livelli le principali economie mondiali, la Regione Puglia ha inteso focalizzare ed intensificare i propri sforzi di sostegno ai processi regionali di internazionalizzazione, attraverso la messa a punto e l'implementazione di una serie articolata di strumenti ed interventi, in grado di incidere positivamente su due dimensioni specifiche:

- l'internazionalizzazione "attiva" e la propensione all'export del sistema economico regionale che ha visto l'Amministrazione regionale particolarmente impegnata nella programmazione e realizzazione di iniziative di promozione dell'internazionalizzazione delle P.M.I. pugliesi, soprattutto in termini di interventi di accompagnamento alle imprese ed ai distretti produttivi pugliesi, nella partecipazione a fiere settoriali e *business convention* di particolare rilievo internazionale, nonché a missioni all'estero e missioni *incoming*, creando numerose opportunità di contatto e di confronto con gli operatori di settore attivi sui principali mercati esteri;
- l'internazionalizzazione "passiva" ed il rafforzamento dei fattori di attrattività regionali per investitori esteri che ha coinvolto l'Amministrazione regionale e le sue strutture tecniche in un ampio ed articolato lavoro di sviluppo ed aggiornamento di una gamma di strumenti agevolativi flessibili, predisposti per sostenere la realizzazione di investimenti in Puglia ed a incentivare la ricerca e l'innovazione delle imprese sul territorio regionale.

Il Piano Operativo delle iniziative per il marketing localizzativo si inserisce in questo contesto, con l'obiettivo di sperimentare un approccio maggiormente proattivo rispetto all'opportunità di intercettare potenziali investitori e progetti di investimento da attrarre in Puglia, incardinato su un quadro chiaro di riferimento in termini di Paesi target e di settori economici "focus", in modo da contrare gli sforzi ed ottimizzare le risorse a disposizione.

Il Piano Operativo nasce, infatti, dalla consapevolezza di dover tracciare una strategia più focalizzata di marketing localizzativo che, tenendo conto delle specificità e dei punti di forza dell'economia regione, si concentri su quegli ambiti settoriali che si configurino, in una prospettiva di medio-lungo termine, come quelli a maggiore potenziale di sviluppo, allineandosi alle traiettorie di sviluppo declinate nella nuova strategia regionale "**SMARTPUGLIA 2020**"¹, che focalizza l'attenzione sui settori "intelligenti", strategici per lo sviluppo della competitività dell'economia regionale pugliese nel nuovo ciclo di programmazione dei fondi comunitari 2014 - 2020, mettendo in relazione le politiche di sviluppo industriale regionale con le attività legate agli investimenti in ricerca ed

¹ La prima versione del documento "*Smart Specialization Strategy Regione puglia - SmartPuglia 2020*", Strategia regionale per la Specializzazione intelligente, è stata approvata con D.G.R. n. 434 del 14 marzo 2014, dando luogo all'avvio di una specifica consultazione pubblica, rimasta aperta fino al 30 aprile 2014.

all'innovazione, alla diffusione ed allo sviluppo delle tecnologie abilitanti, alle prospettive di sviluppo ed integrazione sui mercati internazionali.

In questo modo, le iniziative regionali a favore del marketing territoriale, finalizzate all'attrazione di nuovi investimenti, italiani ed esteri, specie nell'attuale difficile contesto congiunturale, assumono un ruolo sempre più strategico nel quadro più ampio ed articolato degli interventi a favore dello sviluppo economico locale, grazie alla capacità di tali investimenti di generare nuovi sbocchi occupazionali, nonché di dare un significativo impulso al miglioramento dei livelli di produttività, allo sviluppo delle competenze, ai processi di trasferimento di proprietà intellettuale e, quindi, al rafforzamento dei distretti e/o filiere produttive locali, anche attraverso la creazione di opportunità di *partnership* e di subfornitura.

Pertanto, le prossime iniziative regionali a favore del marketing localizzativo saranno improntate ad una logica selettiva, puntando ad individuare e ad attrarre tipologie di investimenti, prioritariamente nei settori ritenuti "*chiave*" per lo sviluppo della competitività dell'economia locale, specie in una logica di rafforzamento delle cosiddette "*smart specialization*", in grado di garantire buone prospettive in termini di impatto occupazionale, specie dal punto di vista qualitativo, e di integrazione e collaborazione con il sistema delle imprese, i distretti produttivi e tecnologici e con il sistema universitario e della R&ST, al fine di generare opportunità di scambio e di trasferimento di know-how e competenze specifiche all'interno sia di eventuali nuovi insediamenti sia di quelli esistenti.

In linea con i suddetti orientamenti, s'intende avviare la sperimentazione di un nuovo modello di intervento a favore del marketing localizzativo che si svilupperà attraverso la realizzazione di una serie di azioni di promozione e comunicazione coordinate nelle aree geografiche "*focus*", ritenute prioritarie per lo sviluppo dell'apertura internazionale dell'economia regionale, in termini di capacità di attrazione degli investimenti esteri, finalizzato prioritariamente a:

- **sviluppare la proiezione internazionale dell'immagine della Puglia**, specie in chiave di promozione e di valorizzazione delle capacità di presidio e di sviluppo delle "*smart specialization*" e dei punti di forza/eccellenza dei sistemi e distretti produttivi/tecnologici regionali più innovativi sui mercati esteri;
- **rafforzare il posizionamento competitivo della Puglia** nel mercato internazionale dei flussi di investimenti diretti e far conoscere le opportunità di investimento offerte dal territorio;
- **attrarre un sempre maggiore numero di investitori e progetti di investimento**, attivi nei settori considerati strategici per il rafforzamento della competitività dell'economia locale, specie nei suddetti settori di specializzazione e, comunque, in settori di attività ad elevato valore aggiunto;
- **catalizzare risorse per rafforzare gli investimenti in iniziative regionali** nel campo della ricerca e dell'innovazione.

L'implementazione del tale modello di intervento è affidata a Puglia Sviluppo S.p.A., Società in-house della Regione Puglia², con il duplice obiettivo di:

- assicurare le necessarie sinergie con le attività di gestione dei regimi di aiuto regionali a favore degli investimenti produttivi, attualmente attivi a valere sul PO FESR Puglia 2007-2013, già affidate a Puglia Sviluppo S.p.A. ai sensi della Convenzione corrente;
- assicurare una maggiore capacità di "*governance*" dei processi di marketing localizzativo da parte delle strutture regionali, evitando l'esternalizzazione delle funzioni di natura strategica.

² Le funzioni di soggetto attuatore per la gestione degli interventi di marketing localizzativo previsti dall'Azione 6.3.1. del P.O. FESR Puglia 2007 - 2013, nonché dall'intervento specifico "Settore sviluppo locale-Attrazione investimenti" inserito nell'APQ Sviluppo locale sottoscritto nel luglio 2013, ai sensi della Delibera Cipe n. 41/2012, sono affidate a Puglia Sviluppo S.p.A. per effetto della DGR n. 957 del 20 maggio 2014.

Infine, si evidenzia che, nella definizione e realizzazione delle prossime iniziative per il marketing localizzativo, particolare attenzione verrà prestata alla necessità di assicurare la coerenza con le politiche e gli obiettivi di intervento nazionali di sostegno al marketing territoriale, ai fini dell'attrazione degli investimenti, specie in relazione a:

- le iniziative declinate nel Piano “Destinazione Italia”, pubblicato il 19 settembre 2013, che prevede una serie di interventi a favore del miglioramento delle condizioni di attrattività dell'Italia e delle promozione all'estero delle opportunità di investimento in Italia, passando anche attraverso la mobilitazione degli italiani all'estero;
- le disposizioni del D.L. n. 133 del 12 settembre 2014, convertito in legge il 5 novembre 2014, che prevede l'adozione di un “Piano per la promozione straordinaria del Made in Italy e misure per l'attrazione degli investimenti”, la cui attuazione è affidata all'ICE-Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane.

2. SCENARIO DI RIFERIMENTO

2.1. *Lo scenario macroeconomico e le principali tendenze dei flussi degli investimenti diretti esteri*

La ripresa della crescita dell'economia mondiale prosegue a ritmi piuttosto deboli e si inserisce in un contesto economico mondiale caratterizzato da numerosi fattori di incertezza, come il rallentamento della domanda nelle economie emergenti.

Nelle principali economie avanzate, persistono i rischi legati alla scarsa fiducia nella resilienza del sistema bancario, alla necessità di completare le riforme del sistema finanziario, all'inflazione ed ai livelli elevati del debito sovrano. Inoltre, i moderati tassi di crescita non riescono ad incidere positivamente sugli elevati livelli di disoccupazione e le forti debolezze strutturali di alcuni Paesi che continuano a pesare negativamente sulle condizioni di sviluppo.

Nell'immediato futuro, in attesa di registrare i risultati delle riforme e degli interventi correttivi lanciati da diversi Paesi per rilanciare l'occupazione e migliorare la competitività, gli effetti della lunga crisi internazionale appaiono destinati a trascinarsi.

In queste condizioni, anche le principali economie emergenti ed in via di sviluppo iniziano a segnare un rallentamento nei rispettivi tassi di sviluppo, dovuti in larga misura alla contrazione degli scambi con i Paesi avanzati, cui si aggiungono, però, le debolezze strutturali interne che aumentano i livelli di rischio di questi Paesi.

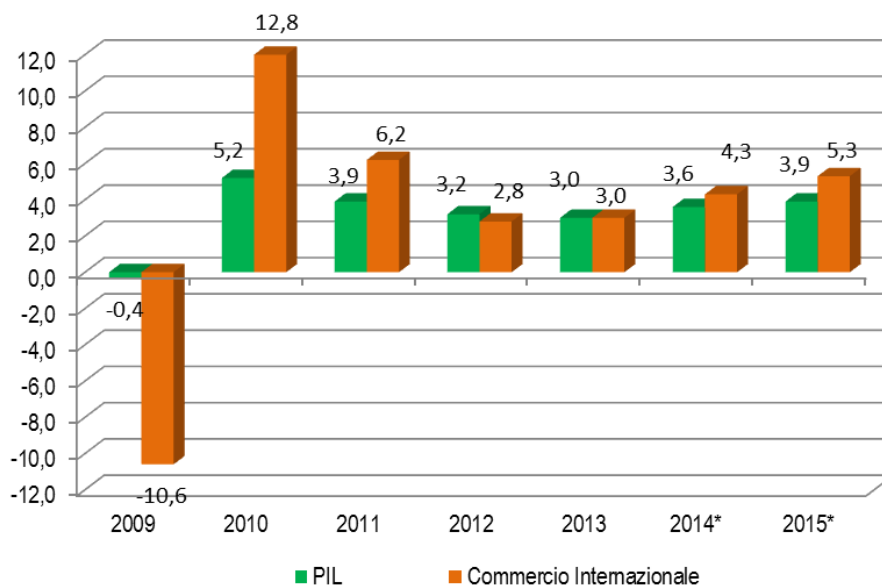
Il quadro complessivo che emerge è dunque di grande fragilità e di perdurante cautela sui principali mercati internazionali. Infatti, le più recenti stime del Fondo Monetario Internazionale (FMI)³, pur confermando la tendenza positiva, indicano livelli di crescita ancora moderati nel breve periodo, sia per le economie avanzate (+2,2% per il 2014; +2,3% per il 2015), sia per le economie emergenti ed in via di sviluppo (+4,9% per il 2014; +5,3% per il 2015).

A livello mondiale, gli ultimi dati del FMI sottendono un graduale consolidamento della ripresa, grazie al positivo contributo delle economie emergenti, con in testa gli Stati Uniti dove la ripresa presenta basi più solide: nel 2012, il valore complessivo della produzione mondiale è risultato pari a 83.258 miliardi di US dollari, a parità di potere d'acquisto (+3,2% sul 2011), passando poi ad un valore di 86.995 miliardi di US dollari nel 2013 (+3,0%). Le previsioni di breve periodo confermano la tendenza all'espansione dell'economia mondiale, con tassi di crescita annui ancora contenuti, stimati in circa 3,6% per il 2014 ed in 3,9% per il 2015, e con livelli complessivi di produzione ancora sostanzialmente al di sotto dell'effettivo potenziale.

La graduale ripresa della produzione mondiale, come evidenzia il Grafico 1, è accompagnata dalla costante crescita del commercio internazionale che, dopo il significativo rimbalzo nel 2010 (+12,8%), ha conosciuto però una forte decelerazione (+6,2% nel 2011; +2,8% nel 2012; +3,0% nel 2013). Sempre in base alle stime del FMI, nel biennio 2014-2015, l'andamento positivo degli scambi commerciali a livello mondiale dovrebbe intensificarsi (+4,3% nel 2014; +5,3% nel 2015).

³ Fonte: "World Economic Outlook. Recovery strengthens, remains uneven", Fondo Monetario Internazionale, aprile 2014.

Grafico 1
Andamento del PIL e del Commercio Internazionale, 2009-2015*
(Var. annuale %)



Fonte: dati FMI, 2014.

In linea con l'andamento positivo dei principali indicatori economici che sottendono i segnali di miglioramento delle congiuntura economica internazionale, dopo la significativa contrazione nel 2012 (-18% sul 2011), anche i flussi mondiali di investimenti diretti esteri (IDE) hanno segnato una ripresa nel 2013, con un aumento pari al 9,2%, per assestarsi sul valore dei 1.450 miliardi di USD⁴. Tale ripresa si inserisce nel quadro di un arretramento generale dei valori dei flussi di capitali di investimento, spinto da una maggiore cautela da parte degli investitori di fronte alla fragilità economica ed ai fattori di incertezza politica presenti in diverse economie avanzate, nonché dalle ristrutturazioni degli investimenti effettuate da numerose imprese multinazionali in una logica di riduzione del rischio e di ottimizzazione delle risorse.

In questo contesto, le più recenti stime della Conferenza delle Nazioni Unite sul Commercio e Sviluppo (UNCTAD) indicano tempi più lunghi del previsto per un ritorno ai livelli pre-crisi dei flussi mondiali di IDE, con livelli complessivi previsti per un valore complessivo pari a 1.600 miliardi di USD nel 2014 (+10,3%), e la proiezione di raggiungere, a determinate condizioni di miglioramento dei fattori macroeconomici, i livelli di 1.750 miliardi di USD nel 2015 (+9,4%) e 1.850 miliardi di USD nel 2016 (+5,7%), rimanendo comunque al di sotto del livello record di poco superiore ai 2.000 miliardi di USD raggiunto nel 2007.

⁴ Fonte: "World Investment Report 2014. Investing in the SDGs: an Action Plan", UNCTAD, giugno 2014.

Tabella 1. Andamento dei flussi IDE per regione, 2011 - 2013
(valori in miliardi di USD e variazioni in %)

Regione	Flussi in entrata				Flussi in uscita			
	2011	2012	2013	2011-2013	2011	2012	2013	2011-2013
Mondo	1.700	1.330	1.452	-14,6%	1.712	1.347	1.411	-17,6%
Economie avanzate	880	517	566	-35,7%	1.216	853	857	-29,5%
Economie emergenti	725	729	778	7,3%	423	440	454	7,3%
Africa	48	55	57	18,8%	7	12	12	71,4%
Asia	431	415	426	-1,2%	304	302	326	7,2%
America Latina e Caraibi	244	256	292	19,7%	111	124	115	3,6%
Oceania	2	3	3	50,0%	1	2	1	0,0%
Economie in transizione	95	84	108	13,7%	73	54	99	35,6%

Fonte: dati UNCTAD, 2014.

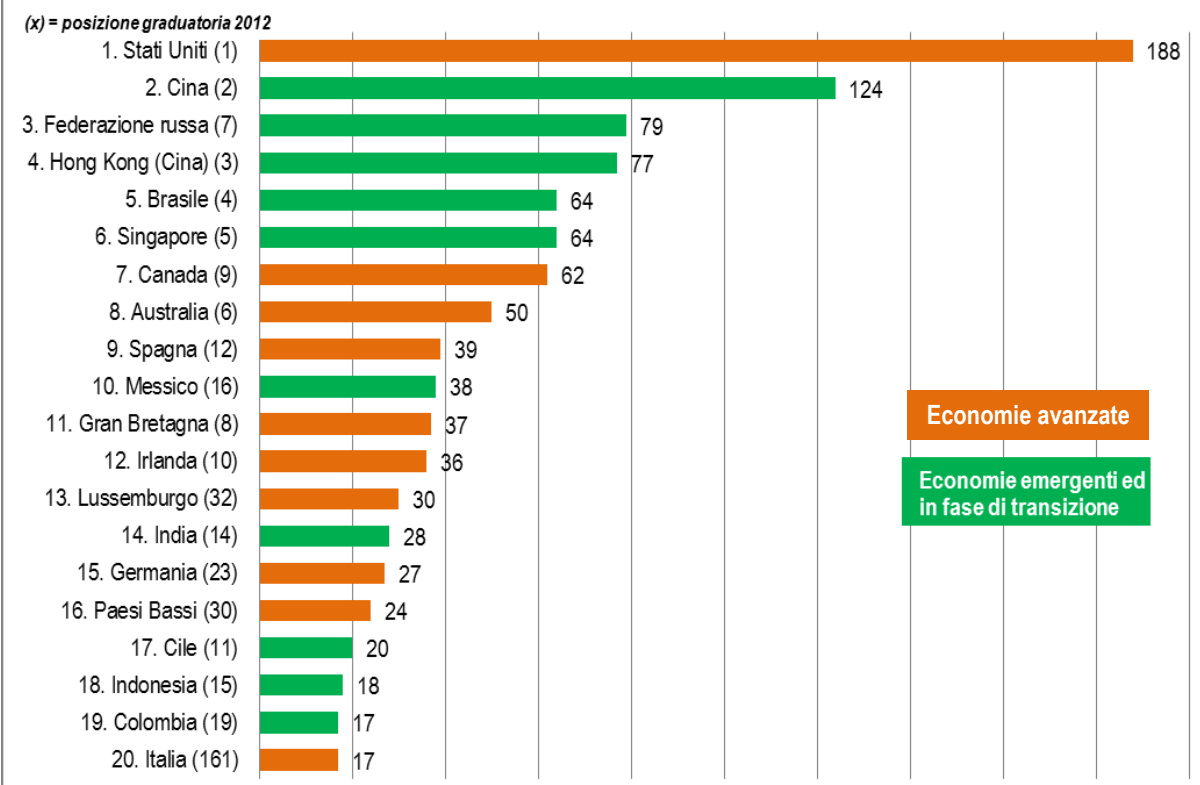
In questa fase congiunturale, i flussi IDE diretti verso le economie emergenti hanno mostrato una capacità di tenuta superiore ai flussi diretti verso le economie avanzate, con un incremento pari al 7,3% nel triennio 2011-2013. Inoltre, con una quota pari al 53,6% del totale dei flussi registrati nel 2013, i flussi diretti verso le economie emergenti hanno superato i flussi diretti verso le economie avanzate per il secondo anno consecutivo.

Infatti, passando all'esame della graduatoria dei singoli Paesi, destinatari dei flussi IDE nel 2013 (grafico 2), mentre gli Stati Uniti mantengono il proprio primato in termini di capacità di attrazione dei flussi, seguono in graduatoria tre delle principali economie emergenti mondiali, ovvero Cina e Hong Kong, Federazione russa e Brasile.

Nel medio-periodo, le proiezioni dell'UNCTAD indicano una significativa ripresa della capacità di attrarre investimenti da parte delle economie avanzate che, già a partire dal 2015 dovrebbero tornare a prevalere nei flussi mondiali di IDE.

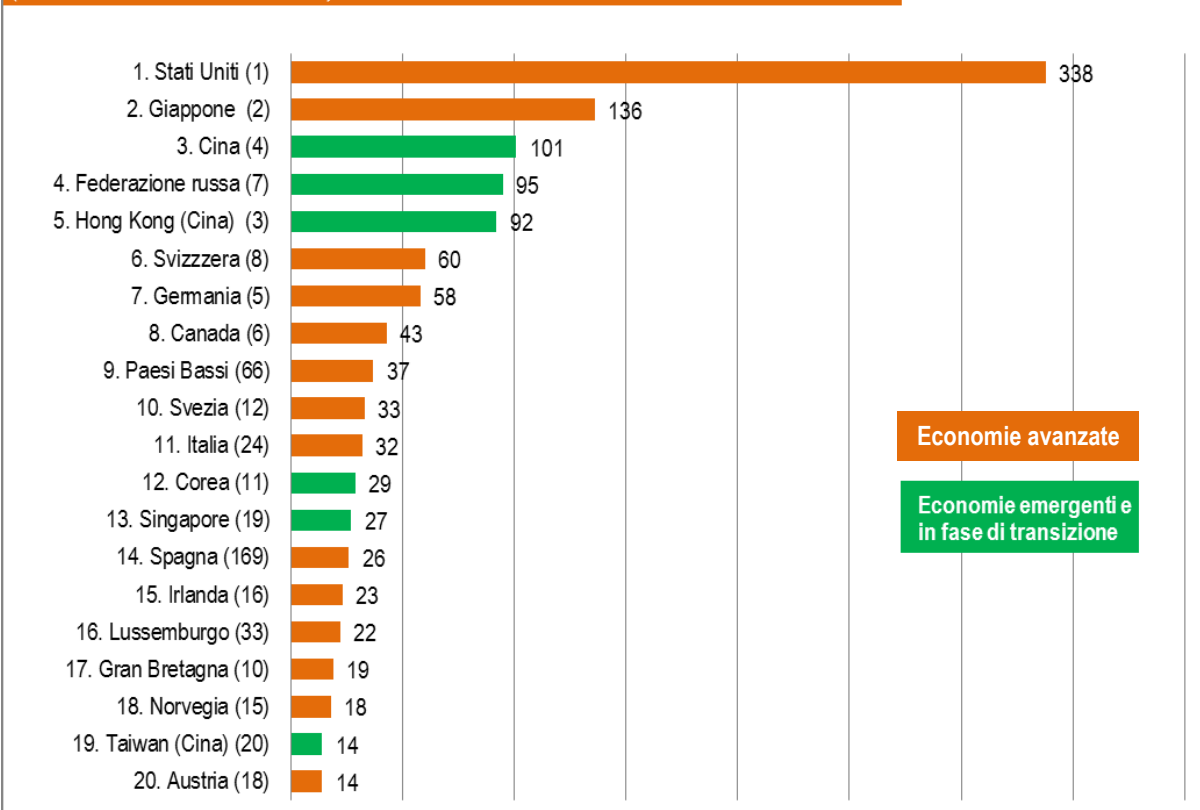
Nello stesso tempo, i flussi IDE provenienti dalle economie emergenti continuano a rappresentare la quota più significativa dei flussi mondiali (60,7% nel 2013), sebbene avanzano in graduatoria anche alcune economie emergenti ed in fase di transizione. La graduatoria dei primi 20 Paesi di origine dei flussi IDE nel 2013 (grafico 3) evidenzia come gli Stati Uniti ed il Giappone mantengono le rispettive posizioni al 1° e 2° posto, mentre avanzano la Cina (dal 4° al 3° posto) e la Federazione russa (dal 7° al 4° posto).

**Grafico 2. Graduatoria dei primi 20 Paesi, destinatari dei flussi IDE, 2013
(valori in miliardi di dollari)**



Fonte: dati UNCTAD, 2014.

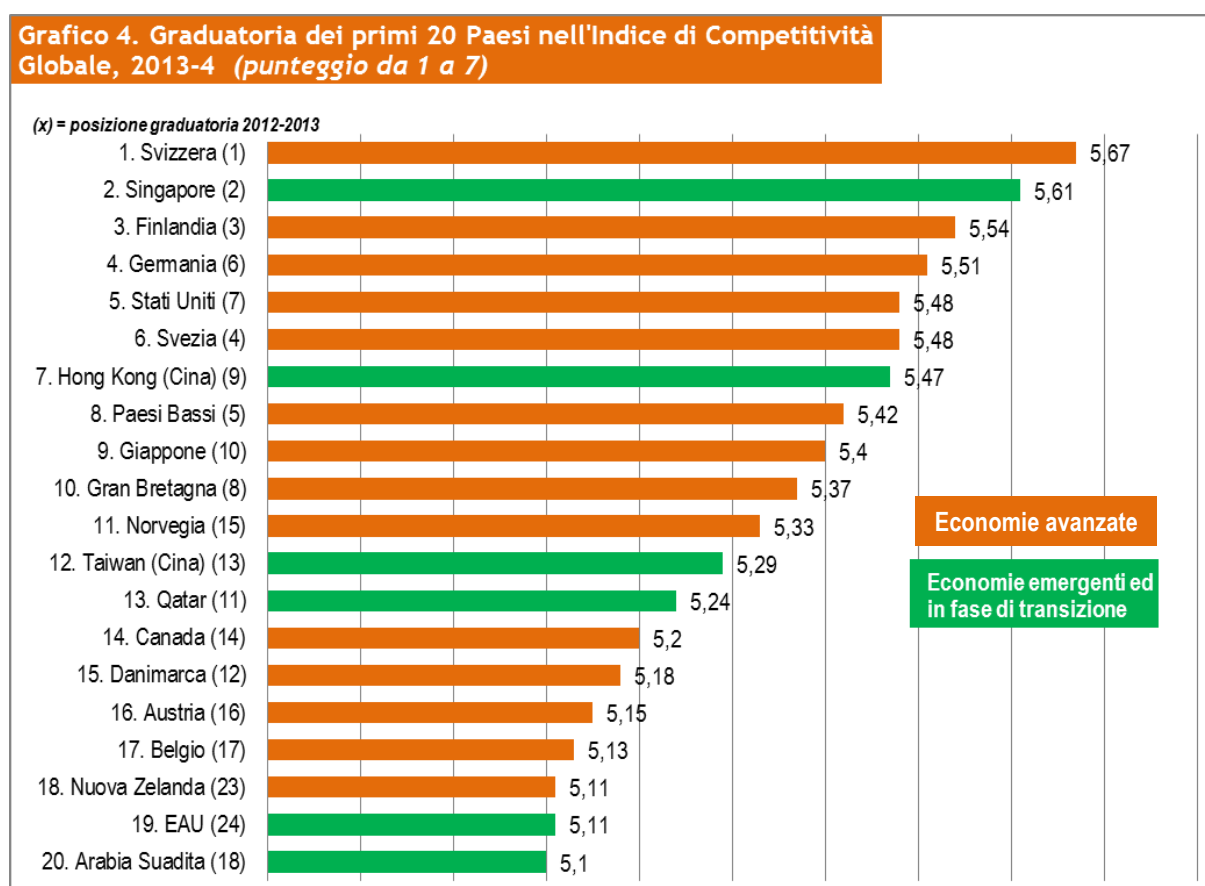
**Grafico 3. Graduatoria dei primi 20 Paesi di origine dei flussi IDE, 2013
(valori in miliardi di dollari)**



Fonte: dati UNCTAD, 2014.

Nell'attuale contesto di incertezza sui principali mercati internazionali, incide sulla capacità dei singoli Paesi di partecipare attivamente ai flussi di IDE, sia in termini di capacità attrattiva (flussi in ingresso) sia in termini di capacità di investimento (flussi in uscita), il relativo posizionamento competitivo e il relativo impatto delle politiche di sostegno allo sviluppo ed all'innovazione.

Mettendo a confronto le più recenti analisi del Forum Economico Mondiale (WEF)⁵ che analizza annualmente la competitività globale di un campione di quasi 150 Paesi, con i dati dell'UNCTAD relativi ai Paesi più attivi nei flussi globali di IDE, all'interno della graduatoria dei primi 20 Paesi in termini di competitività nel periodo 2013-2014 (grafico 4) si individuano 7 dei Paesi che si sono classificati ai primi posti in termini di destinatari dei flussi IDE nel 2013 e 13 dei Paesi che si sono classificati ai primi posti in termini di origini degli investimenti nello stesso periodo.



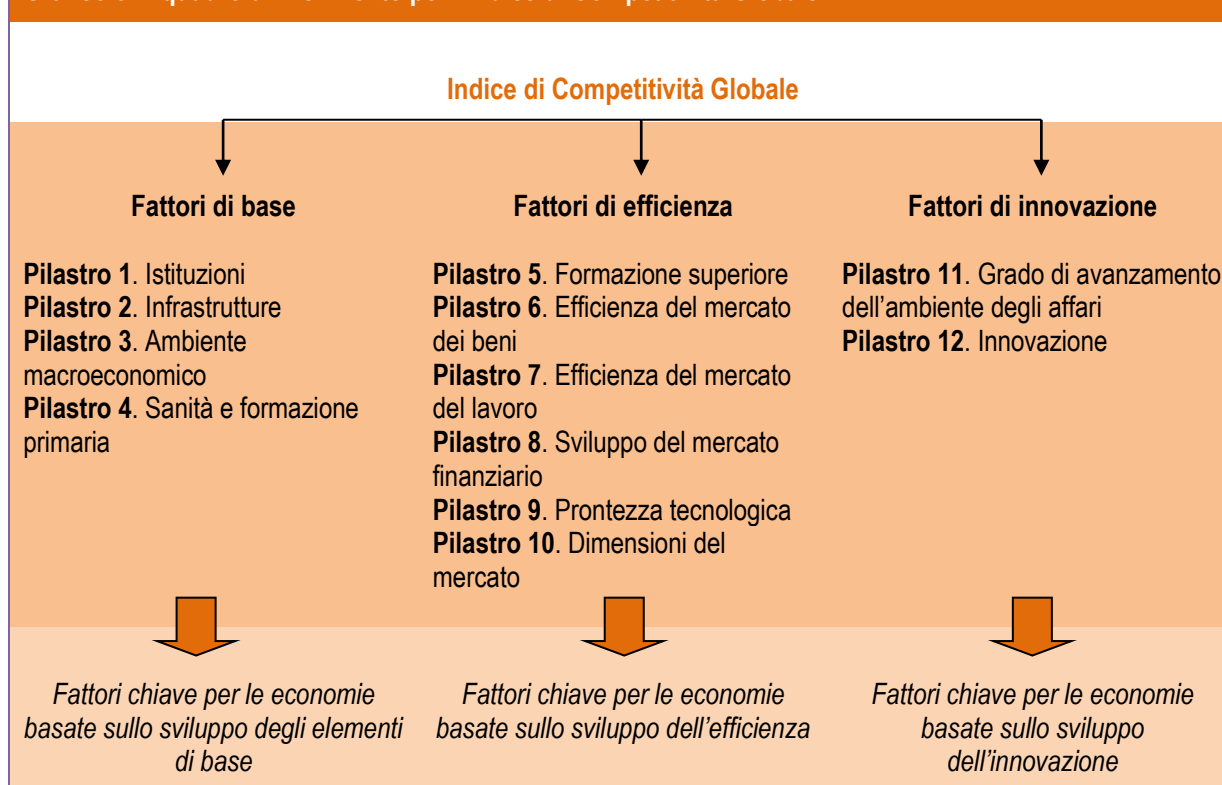
Fonte: dati World Economic Forum, 2013.

Allo stesso tempo, nell'ambito della graduatoria dei primi 20 Paesi nell'Indice di Competitività Globale, mentre dominano i Paesi europei, con Svizzera, Finlandia, Germania, Svezia, i Paesi Bassi e la Gran Bretagna nei primi dieci posti, si rileva un'importante presenza di Paesi asiatici e del Medio-orientale.

E' interessante rilevare che nell'analisi dei 12 fattori che compongono il quadro di riferimento per la costruzione dell'indice della competitività globale dei singoli Paesi (grafico 5) e l'assegnazione dei punteggi, la maggior parte dei Paesi che si sono classificati nei primi 10 posti esprimono dei punti di forza nel campo dell'innovazione e dell'efficienza (tabella 2), sottolineando l'importanza delle leve degli investimenti in R&I, formazione e forza lavoro per la competitività territoriale.

⁵ Fonte: "The Global Competitiveness Report 2013-2014", World Economic Forum, settembre 2013.

Grafico 5. Il quadro di riferimento per l'Indice di Competitività Globale



Fonte: World Economic Forum, 2013.

Tabella 2. Graduatoria dei primi 20 Paesi nell'Indice di Competitività Globale e negli sotto-indici, 2013-2014 (punteggi da minimo 1 a massimo 7)

Paese	Indice generale		Indice fattori di base		Indice fattori di efficienza		Indice fattori di innovazione	
	Posizione	Punteggio	Posizione	Punteggio	Posizione	Punteggio	Posizione	Punteggio
Svizzera	1	5.67	3	6.15	5	5.44	1	5.72
Singapore	2	5.61	1	6.30	2	5.63	13	5.14
Finlandia	3	5.54	7	5.97	9	5.30	2	5.65
Germania	4	5.51	9	5.90	8	5.31	4	5.59
Stati Uniti	5	5.48	36	5.12	1	5.66	6	5.43
Svezia	6	5.48	8	5.95	7	5.31	5	5.46
Hong Kong (Cina)	7	5.47	2	6.15	3	5.57	19	4.83
Paesi Bassi	8	5.42	10	5.89	11	5.27	7	5.36
Giappone	9	5.40	28	5.37	10	5.27	3	5.62
Gran Bretagna	10	5.37	24	5.48	4	5.45	10	5.15
Norvegia	11	5.33	6	5.98	12	5.22	16	5.07
Taiwan (Cina)	12	5.29	16	5.70	15	5.16	9	5.22
Qatar	13	5.24	5	6.01	18	5.02	14	5.08
Canada	14	5.20	15	5.71	6	5.33	25	4.64
Danimarca	15	5.18	21	5.55	16	5.05	11	5.14
Austria	16	5.15	19	5.63	21	4.97	12	5.14
Belgio	17	5.13	22	5.51	17	5.03	15	5.07
Nuova Zelanda	18	5.11	12	5.78	14	5.17	27	4.55
EAU	19	5.11	4	6.04	20	5.00	24	4.67
Arabia Saudita	20	5.10	14	5.73	27	4.69	29	4.33

Fonte: World Economic Forum, 2013.

2.2. La posizione dell'Italia

Nonostante il 2013 abbia segnato l'inizio della ripresa dei flussi mondiali di IDE, sia in entrata (+9,2%) che in uscita (+4,8%), con un netto miglioramento della posizione dell'Italia (collocatasi al 20° posto nella graduatoria dei Paesi destinatari dei flussi IDE), il complessivo grado di internazionalizzazione dell'Italia continua ad essere notevolmente inferiore a quello dei principali Paesi europei, sul lato sia della capacità di investire all'estero, sia della capacità di attrarre capitali e progetti d'investimento dall'estero.

Sulla base degli ultimi dati dell'UNCTAD (tabella 3), nel 2013 gli IDE in entrata verso l'Italia hanno raggiunto un valore di circa 16,508 milioni di USD (pari al 4,4% del PIL), mentre gli IDE in uscita hanno totalizzato 31,663 milioni di USD (pari all'8,5% del PIL), segnando un significativo progresso rispetto al 2012, seppure rimanendo su livelli nettamente inferiori a quelli registrati nel periodo pre-crisi. Tali valori risultano largamente inferiori a quelli di altri Paesi europei di riferimento, quali Germania, Gran Bretagna e Spagna, ad eccezione della Francia che nel 2013 ha segnato una battuta d'arresto sul fronte dei flussi di IDE.

Tabella 3. Andamento dei flussi IDE, nel periodo pre-crisi (2005-2007) e nel triennio 2011 - 2013 (valori in miliardi di USD e in %)

Paese/Regione		Flussi IDE				Flussi IDE come percentuale del PIL			
		2005-2007 (valore medio annuo pre-crisi)	2011	2012	2013	2005-2007 (valore medio annuo pre-crisi)	2011	2012	2013
Italia	<i>in entrata</i>	37	34	0	17	8,9	8,1	-	4,4
	<i>in uscita</i>	60	54	8	32	14,5	12,7	2,2	8,5
Francia	<i>in entrata</i>	84	39	25	5	17,9	6,9	4,8	0,9
	<i>in uscita</i>	130	60	37	-3	27,6	10,7	7,2	-0,5
Germania	<i>in entrata</i>	61	59	13	27	11,3	9,0	2,2	4,2
	<i>in uscita</i>	122	81	80	58	22,6	12,3	13,2	9,0
Gran Bretagna	<i>in entrata</i>	178	51	46	37	40,3	14,5	12,9	10,2
	<i>in uscita</i>	162	107	35	19	36,9	30,2	9,9	5,3
Spagna	<i>in entrata</i>	40	28	26	39	10,5	8,8	9,2	13,7
	<i>in uscita</i>	94	41	-4	26	24,7	12,7	-1,4	9,1
Unione Europea	<i>in entrata</i>	652	539	216	246	20,7	14,9	7,2	7,8
	<i>in uscita</i>	850	653	238	250	26,9	17,7	7,9	8,0
Economie avanzate	<i>in entrata</i>	978	880	517	566	12,2	10,4	6,1	6,7
	<i>in uscita</i>	1.261	1.216	853	857	15,7	14,3	10,0	10,1
Mondo	<i>in entrata</i>	1.493	1.700	1.330	1.452	12,7	10,3	7,8	8,2
	<i>in uscita</i>	1.532	1.712	1.347	1.411	13,1	10,5	7,9	8,2

Fonte: dati UNCTAD, 2014.

Anche sul lato del valore degli stock di IDE in entrata ed in uscita, la posizione dell'Italia appare modesta. Infatti, sempre in base ai dati dell'UNCTAD per il 2013, lo stock di IDE in entrata per l'Italia valeva complessivamente 403,75 milioni di USD (contro i 1.081,50 milioni di USD della Francia, gli 851,52 milioni di USD della Germania, i 1.605,52 milioni di USD della Gran Bretagna ed i 716 milioni di USD della Spagna), mentre gli stock di IDE in uscita dall'Italia raggiungevano complessivamente un valore di 598,36 milioni di USD (contro i 1.637,14 milioni di USD della Francia, i 1.710,3 milioni di USD della Germania, i 1.884,82 milioni di USD della Gran Bretagna ed i 643,23 milioni di USD della Spagna).

Focalizzando il confronto sulle *performance* dei principali competitor europei, il quadro tracciato di una posizione di relativa debolezza dell'Italia, trova una sostanziale conferma nei dati relativi alla capacità di attrazione dei progetti di investimento "greenfield". Dall'esame dei dati relativi all'andamento delle iniziative "greenfield" localizzate in Italia nell'ultimo triennio (tabella 4), si evidenzia un progressivo peggioramento della capacità di attrarre progetti, in termini sia del numero totale di progetti (diminuito da 147 nel 2011 a 113 nel 2013) sia del valore dei progetti (sceso dal valore complessivo di 5.692 milioni di USD nel 2011 a 3.919 milioni di USD nel 2013).

Il trend decrescente per l'intero periodo in esame ha accentuato ulteriormente il divario nel confronto con i principali competitor europei che, con Gran Bretagna (911 progetti nel 2013 per un valore complessivo di 28.696 milioni di USD) e Germania (784 progetti nel 2013 per un valore complessivo di 10.722 milioni di USD) in testa, riescono ad incettare progetti per investimenti "greenfield" in quantità e valore nettamente superiore.

L'unico dato positivo riguarda l'aumento della taglia dimensionale media delle iniziative localizzate in Italia che appare progressivamente allinearsi a, ed in alcuni casi superare, quella degli altri Paesi di riferimento.

Tabella 4. Andamento dei progetti IDE "greenfield" per Paese di destinazione nel triennio 2011 - 2013 (valori assoluti ed in milioni di USD)

Paese/Regione	No. di progetti			Valore dei progetti			Valore medio dei progetti		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013
Italia	147	120	113	5.692	4.037	3.919	38,7	33,6	34,7
Francia	331	304	412	10.519	7.072	9.354	31,8	23,3	22,7
Germania	856	858	784	18.504	12.210	10.722	21,6	14,2	13,7
Gran Bretagna	1.003	921	911	35.611	41.177	28.696	35,5	44,7	31,5
Spagna	358	388	362	11.501	11.918	13.271	32,1	30,7	36,7
Unione Europea	4.886	4.349	4.342	172.635	133.181	121.061	35,3	30,6	27,9
Economie avanzate	7.646	6.935	6.934	297.581	224.604	215.018	38,9	32,4	31,0
Mondo	16.064	14.215	13.919	902.365	613.939	672.108	56,2	43,2	48,3

Fonte: dati UNCTAD, 2014.

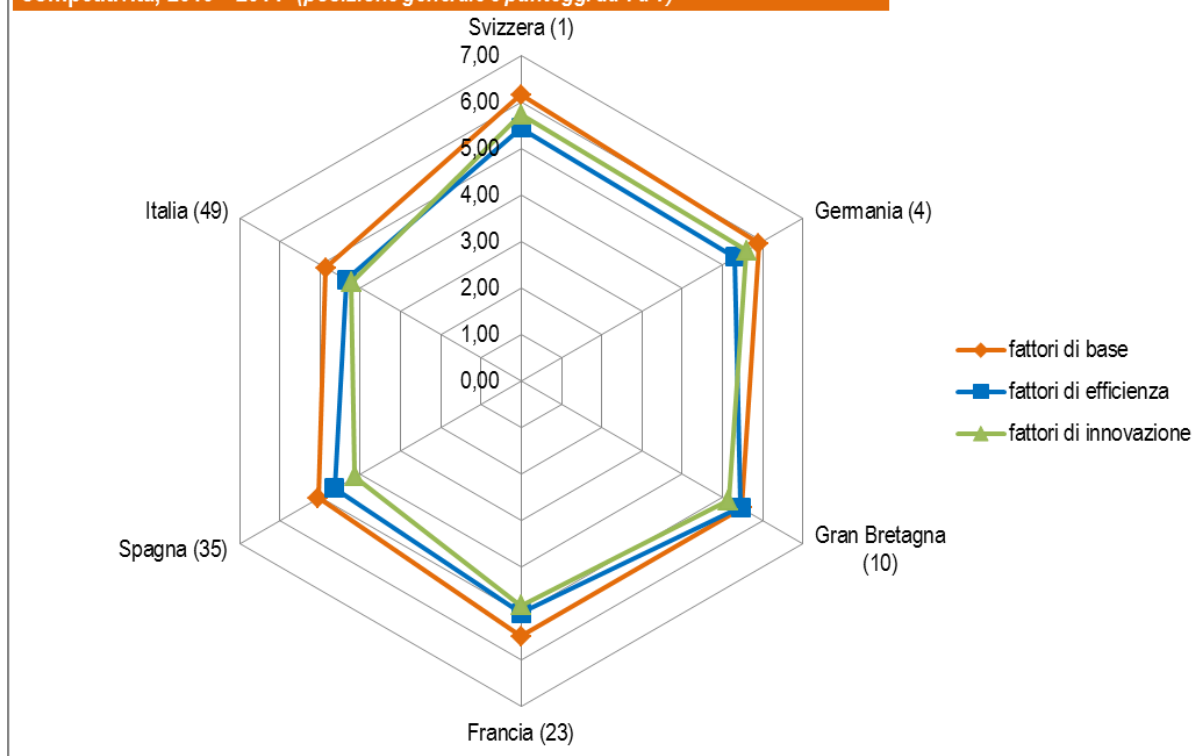
La debole posizione dell'Italia si riconduce alla perdita progressiva di competitività degli ultimi anni che, in attesa di conoscere l'impatto delle riforme strutturali in corso, non accenna ad arrestarsi e continua a deprimere i flussi di investimenti.

In base ai risultati delle recenti analisi comparate della competitività globale delle nazioni effettuate del Forum Economico Mondiale (WEF)⁶, nel 2013 l'Italia si è classificata al 49° posto su 148 Paesi, perdendo sette posizioni rispetto al 2012, anche a causa della crescente incertezza che caratterizza il generale contesto imprenditoriale.

Infatti, mettendo a confronto la posizione dell'Italia con quella della Svizzera che si è classificata al 1° posto, nonché con i principali competitor europei (grafico 6), e le relative performance nelle varie dimensioni di competitività prese in esame (vedasi il precedente grafico 5), l'Italia risulta più debole nel confronto su tutti i fattori, ad eccezione dei fattori di innovazione dove supera soltanto la Spagna (con un punteggio di 4,22 contro il 4,14).

⁶ Fonte: op. citata, settembre 2013.

Grafico 6. Posizione dell'Italia e dei principali competitor europei nell'Indice di Competitività Globale e relative performance nelle varie dimensioni di competitività, 2013 - 2014 (posizione generale e punteggi da 1 a 7)



Fonte: World Economic Forum, 2013.

Più nel dettaglio, sebbene l'Italia risulti posizionarsi bene su alcuni dei fattori di efficienza e di innovazione, grazie alla capacità di produrre ed esportare beni e servizi ad alto valore aggiunto ed alla presenza di distretti produttivi altamente qualificati, la posizione competitiva globale continua a risentire dell'impatto negativo delle debolezze strutturali dell'economia, dell'eccessiva rigidità del mercato del lavoro, degli scarsi livelli di sviluppo del mercato finanziaria e di alcune criticità nel campo delle istituzioni che costituiscono delle significative barriere per i potenziali investitori.

La posizione di debolezza dell'Italia sui mercati internazionali dei flussi di IDE e le relative cause vengono rilevate dal documento programmatico del governo italiano, intitolato "Destinazione Italia", pubblicato il 19 settembre 2013, che propone di attuare un insieme coerente di riforme strutturali con l'obiettivo di *"attrarre investimenti capaci di sostenere l'economia italiana attraverso l'apertura di nuove attività e insediamenti produttivi, la riconversione di attività esistenti, la capitalizzazione e il rafforzamento finanziario delle nostre imprese, la valorizzazione dei nostri asset, la creazione di lavoro e conoscenza"*.

Le prospettive di miglioramento a breve della competitività dell'economia italiana e dell'attrattività del Paese appaiono quindi strettamente collegate all'incisività delle politiche a favore delle riforme strutturali, già in parte avviate, soprattutto in termini di capacità di miglioramento delle condizioni di accesso al sistema creditizio e di rilancio della fiducia di imprese e famiglie, rafforzando la propensione ai consumi ed agli investimenti, nonché di miglioramento dell'efficienza delle istituzioni.

2.3. L'apertura internazionale dell'economia regionale

Di fronte al rallentamento dell'economia mondiale, dopo diversi anni di crescita, nel 2013 si è registrato un sostanziale stallo dell'export italiano (-0,1%) con un significativo deterioramento delle performance di numerose regioni, tra cui la Puglia (-10,4%). In questa fase, soltanto le ripartizioni settentrionali hanno registrato dei risultati positivi (+0,6% per l'Italia Nord-occidentale; +2,4% per l'Italia Nord-orientale), mentre tutte le altre ripartizioni hanno registrato una battuta d'arresto (-0,7% per l'Italia centrale; -8,7% per il Mezzogiorno).

Tabella 5. Dinamica delle esportazioni delle regioni italiane (merci), 2008-2013 (Valori in milioni di euro, variazioni e quote in %)												
Area Geografica	Valori e variazioni						Quote					
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Italia Nord-Occidentale	147.951	118.178	134.948	150.117	155.341	156.457	40,1	40,5	40	39,9	39,9	40,1
	2,1	-20,1	14,2	11,2	3,5	0,6						
Italia Nord-Orientale	116.972	91.604	105.820	117.655	118.960	121.929	31,7	31,4	31,4	31,3	30,5	31,3
	1,3	-21,7	15,5	11,2	1,1	2,4						
Italia Centrale	53.804	45.587	53.605	60.705	64.526	64.121	14,6	15,6	15,9	16,1	16,6	16,4
	-4,1	-15,3	17,6	13,2	6,3	-0,7						
Mezzogiorno	43.391	30.685	38.955	43.075	46.426	42.511	11,8	10,5	11,5	11,5	11,9	10,9
	4,5	-29,3	27,0	10,6	7,8	-8,7						
- Abruzzo	7.640	5.229	6.338	7.246	6.897	6.734	2,1	1,8	1,9	1,9	1,8	1,7
	4,3	-31,6	21,2	14,3	-4,8	-2,4						
- Molise	643	417	417	401	376	338	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
	2,2	-35,1	0,0	-3,8	-6,2	-10,2						
- Campania	9.436	7.918	8.938	9.443	9.400	9.588	2,6	2,7	2,6	2,5	2,4	2,5
	-0,1	-16,1	12,9	5,7	-0,5	1,8						
- Puglia	7.439	5.749	6.918	8.174	8.772	7.947	2	2	2,1	2,2	2,3	2,0
	3,4	-22,7	20,3	18,2	7,3	-10,4						
- Basilicata	1.963	1.523	1.443	1.399	1.153	1.012	0,5	0,5	0,4	0,4	0,3	0,3
	-6,5	-22,4	-5,3	-3,0	-17,6	-12,3						
- Calabria	392	328	345	374	374	351	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
	-8,9	-16,3	5,2	8,4	0,0	-7,0						
- Sicilia	10.024	6.242	9.283	10.770	13.052	11.147	2,7	2,1	2,8	2,9	3,3	2,9
	3,8	-37,7	48,7	16,0	21,2	-14,8						
- Sardegna	5.853	3.280	5.274	5.269	6.402	5.392	1,6	1,1	1,5	1,4	1,6	1,4
	23,9	-44,0	60,8	-0,1	21,5	-15,5						
ITALIA	369.016	291.733	337.346	375.904	389.725	389.854	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
	1,2	-20,9	15,6	11,4	3,7	-0,1						

Fonte: elaborazioni MISE su dati ISTAT 2014.

In questo contesto, le esportazioni della Puglia sono diminuite più rapidamente che nel resto del Mezzogiorno, arrestando il più recente ciclo espansivo avviato nel 2010, con un decremento delle vendite all'estero nel 2013, pari al 10,4%, per assestarsi su un valore complessivo di 7.947 milioni di euro. A questo risultato, tra i peggiori delle regioni del Mezzogiorno, dopo la Sardegna (-15,5%), la Sicilia (-14,8%) e la Basilicata (-12,3%), ha fortemente contribuito la dinamica delle vendite all'estero del settore siderurgico in Puglia (-33,1%) che ha risentito soprattutto degli effetti della vicenda giudiziaria che ha riguardato lo stabilimento ILVA di Taranto⁷, con conseguente caduta delle relative produzioni ed esportazioni.

Infatti, al netto del calo registrato, le esportazioni pugliesi nel 2013 si sono comunque attestate su valori superiori a quelli raggiunti nella fase pre-crisi ed i primi segnali per il 2014 appaiono estremamente incoraggianti, con una crescita delle esportazioni regionali registrata nel primo trimestre, pari al 18,1% rispetto all'anno precedente, a dimostrazione della capacità reattiva delle imprese pugliesi che, in questa difficile fase congiunturale, cercano sempre di più nuovi sbocchi di mercato all'estero.

Si registrano, inoltre, dei miglioramenti in relazione alla capacità delle imprese pugliesi di esportare dei prodotti con un più alto contenuto tecnologico, frutto anche degli investimenti in innovazione e la ricerca industriale, a vantaggio di una migliore rispondenza delle specializzazioni produttive regionali all'andamento della domanda mondiale e di una maggiore capacità di intercettare la ripresa del commercio mondiale.

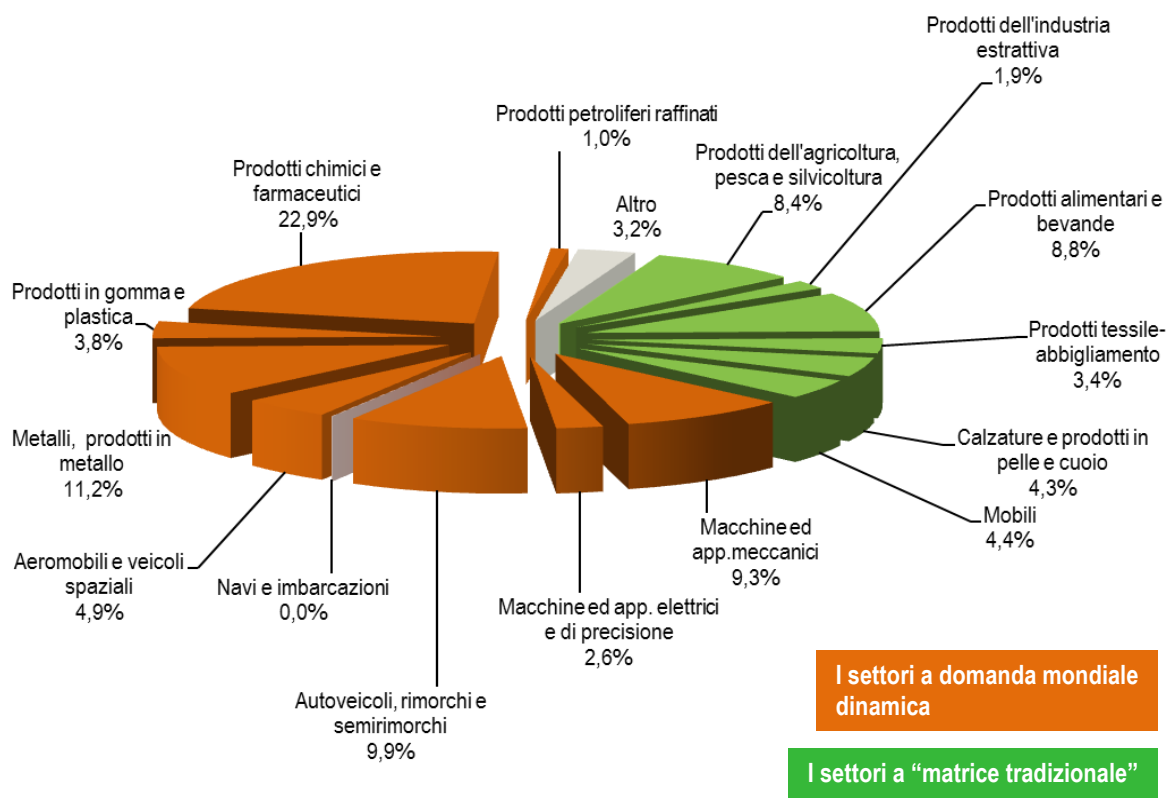
Questi progressi appaiono evidenti dall'analisi del contributo dei vari settori produttivi all'andamento dell'export regionale nel 2013 (grafico 7) che conferma il maggiore contributo al risultato dell'export regionale dei **settori di trasformazione industriale ed a maggiore intensità di innovazione**, con particolare riferimento alla produzione di beni intermedi e strumentali e di mezzi di trasporto, considerati "a domanda mondiale dinamica", mentre si riduce progressivamente il peso dei principali **settori manifatturieri a "matrice tradizionale"**, ovvero delle cosiddette "3 F" del "*made in Italy*": *food & wine, fashion, furniture*.

Infatti, anche nel corso del 2013, così come nel 2012, il risultato esportativo regionale è stato trainato soprattutto dall'impulso del settore **chimico-farmaceutico**, che si conferma da diversi anni il settore leader dell'export regionale, seguito dai comparti dei **mezzi di trasporto** (autoveicoli, aeromobili e veicoli spaziali) da quello **metallurgico** e da quello dei **macchinari**: questi quattro comparti incidono complessivamente sull'export pugliese per il 60,8%.

Nello stesso tempo, i vari comparti dei settori tradizionali del "*made in Italy*" (sistema moda, sistema arredo-mobile e design, marmi e pietre naturali, agro-industria) che presentano un'ampia diffusione su tutto il territorio regionale, hanno contribuito all'export pugliese con delle quote notevolmente più ridotte e tendenzialmente al di sotto del 5%, ad eccezione della filiera agro-industria che si conferma al secondo posto con una quota complessiva del 17,2% dell'export regionale.

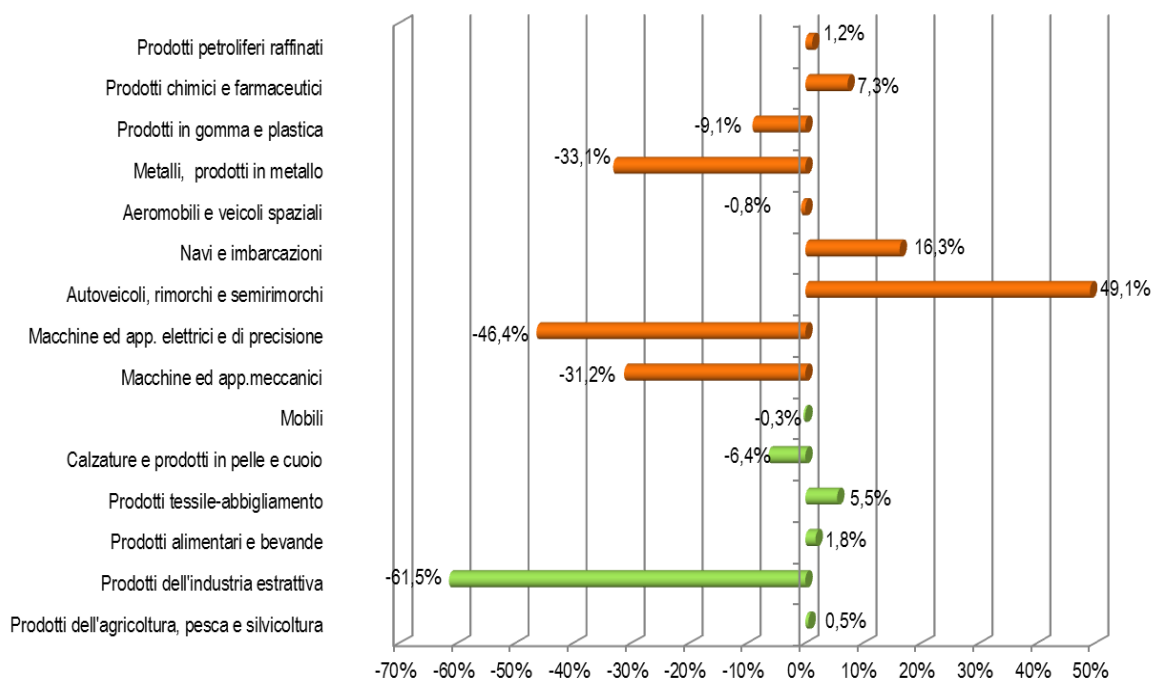
⁷ "Economie Regionali. Economia della Puglia", Banca D'Italia, n. 39 novembre 2013.

Grafico 7. Esportazioni pugliesi per settori di origine 2013 (quota % sul totale)



Fonte: elaborazioni su dati ISTAT, 2013.

Grafico 8. Andamento delle esportazioni pugliesi per settore. 2013

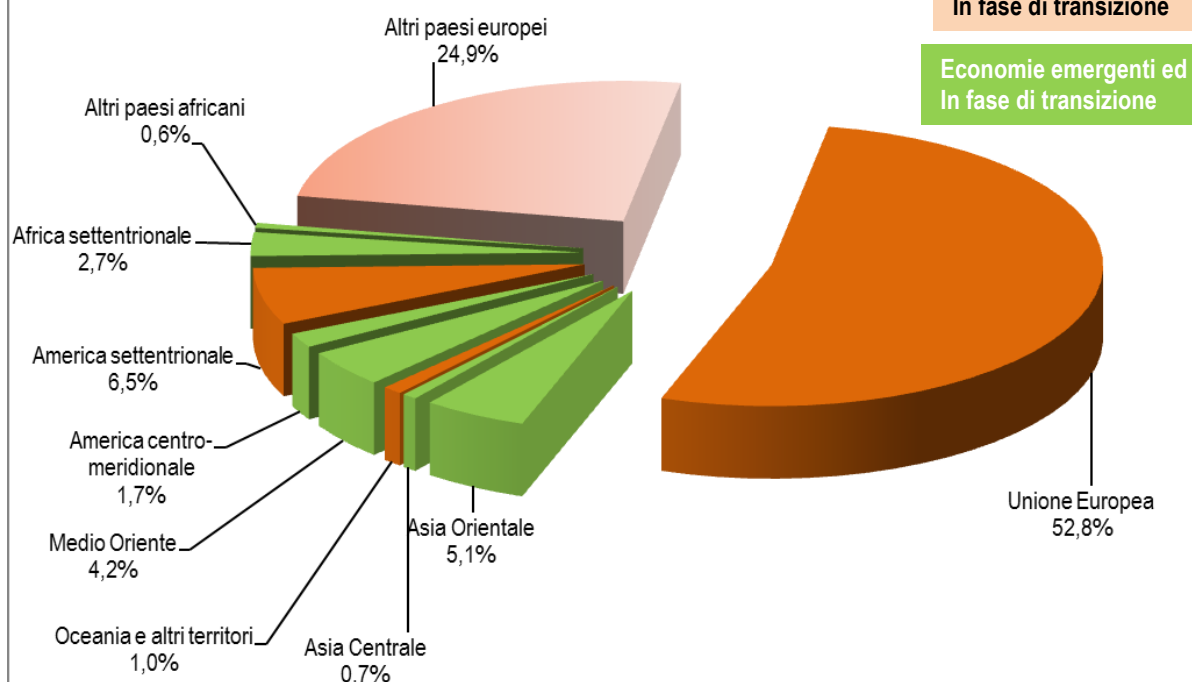


Prendendo in esame le dinamiche di sviluppo delle esportazioni dei principali settori produttivi nel corso del 2013 (grafico 8), si evidenziano i seguenti andamenti principali:

- il settore che ha maggiormente inciso sull'export pugliese è quello relativo ai **prodotti chimici e farmaceutici**, che ha sviluppato esportazioni per un valore complessivo di oltre 1,82 miliardi di Euro, registrando un aumento pari al 7,3% rispetto al 2012;
- il settore della **produzione di macchine ed apparecchi meccanici** che ha soddisfatto ordini esteri per un valore complessivo di circa 739 milioni di Euro, continua a fornire un contributo importante all'espansione commerciale all'estero della Puglia pur evidenziando segnali di rallentamento rispetto al risultato del 2012;
- il settore manifatturiero dei **metalli e prodotti in metallo**, il cui cuore è localizzato attorno al polo siderurgico di Taranto, per le note vicende connesse con la situazione dell'ILVA, ha registrato una flessione delle vendite all'estero (-33,3% rispetto al 2012), con un valore di circa 889 milioni di Euro;
- i comparti legati alla produzione di **autoveicoli, rimorchi e semirimorchi** hanno registrato performance esportative estremamente positive (+49,1%, per un valore complessivo di oltre 784 milioni di Euro), mentre il comparto degli **aeromobili e veicoli aerospaziali** ha evidenziato un lieve calo (-0,8%, per un valore complessivo di 393 milioni di Euro);
- il settore delle **navi e imbarcazioni** ha registrato una crescita del 16,3%, stabilendosi però su un valore complessivo di appena 3,3 milioni di Euro;
- l'industria estrattiva in Puglia, con particolare riferimento alle vendite di **prodotti delle miniere e delle cave**, in controtendenza con il trend avviato nel corso del triennio 2010-2012 sul fronte dell'export, ha registrato una contrazione delle esportazioni pari al 61,5% nel 2013, per un valore complessivo delle vendite pari a 151,7 milioni di Euro;
- prosegue il ciclo espansivo delle vendite all'estero dei **prodotti alimentari e bevande pugliesi (compresi i vini)** (+1,8%), unitamente al settore dei **prodotti dell'agricoltura, della silvicoltura e della pesca** che ha registrato un lieve incremento delle vendite all'estero pari allo 0,5%;
- le esportazioni del sistema moda pugliese hanno registrato risultati diversificati nei vari comparti di specializzazione: il **tessile-abbigliamento** ha segnato una ripresa delle vendite all'estero pari al 5,5%, mentre le **calzature ed i prodotti in pelle e cuoio**, hanno nuovamente registrato una diminuzione delle vendite all'estero del 6,4%;
- il settore dei **mobili**, a forte connotazione distrettuale in Puglia, ha nuovamente registrato un lieve calo (-0,3%), con un valore complessivo delle esportazioni regionali di mobili che si è attestata su un valore di 349 milioni di Euro.

Passando all'analisi della distribuzione geografica delle esportazioni regionali nel 2013 (grafico 9), si conferma la **propensione degli operatori pugliesi a concentrare le proprie vendite in Europa**, nonostante la minore vivacità della dinamica della domanda interna dei mercati europei negli ultimi anni. Di pari passo, si evidenziano ancora delle difficoltà relative alla capacità di diversificare geograficamente i mercati di sbocco delle esportazioni pugliesi, ovvero di adattarsi all'evoluzione della domanda internazionale che risulta notevolmente più vivace all'interno dei Paesi emergenti ed in via di sviluppo.

Grafico 9. Distribuzione delle esportazioni pugliesi per area di destinazione 2013 (quota % sul totale)



Infatti, nel corso del 2013, l'export pugliese ha continuato a dirigersi, in misura preponderante, verso i Paesi europei: il 77,7% dell'export pugliese si è collocato in Europa, dove il mercato comune dell'Unione Europea ha assorbito una quota complessiva del 52,8%, cui si aggiunge il 25% degli altri Paesi europei.

Al di fuori dell'Europa, l'America settentrionale occupa una quota del 6,6%, mentre le altre aree geografiche continuano ad assorbire delle quote di export pugliese ancora più marginali e, nello specifico:

- il 5,8% dell'export pugliese si è collocato nel 2013 nei Paesi dell'Asia Centrale ed Orientale, nonostante la presenza dei mercati più dinamici a livello internazionale all'interno di quest'area (Cina ed India) che dimostrano un'attenzione sempre più forte verso le produzioni del "made in Italy";
- il 7% dell'export pugliese si è collocato nell'ampia area del Nord Africa e Medio Oriente, molto sensibili alle produzioni "made in Italy", sia nei settori tradizionali (sistema moda, sistema arredo-mobili e design), sia in settori più innovativi (materiali e macchinari per l'edilizia, "green economy");
- la quota residuale delle vendite all'estero da parte di operatori pugliesi hanno riguardato i mercati sempre più attivi dell'area dell'America centro-meridionale (1,7%).

Entrando nel merito dei singoli partner commerciali, si evidenzia che, nella graduatoria dei principali Paesi partner della Puglia per le esportazioni, 9 dei primi 10 partner sono rappresentati da Paesi europei. In questo ambito, nel corso del 2013, con una quota pari al 15,9%, la **Svizzera** ha riconfermato il proprio ruolo di primato in termini di principale mercato di destinazione dell'export pugliese, mentre la Germania si è collocata al secondo posto (con una quota del 13,8%), seguita dalla Francia (8,9%), Spagna (6,3%) e Stati Uniti (6%).

Rispetto alla dinamica delle esportazioni pugliesi verso questi Paesi, si evidenzia che le esportazioni verso la Svizzera e la Germania sono cresciute rispettivamente del circa 21% e del 6,4%, mentre le vendite verso Francia, Spagna e Stati Uniti, alcuni dei mercati più consolidati di destinazione dell'export pugliese, hanno registrato una flessione della domanda.

Tabella 6. Principali partner della Puglia in base al flusso di esportazioni, 2013
(Valori in migliaia di euro e variazioni in %)

	Esportazioni			Importazioni		
	Valore	Var. 2013/2012 (%)	Quota sul totale export regionale (%)	Valore	Var. 2013/2012 (%)	Quota sul totale import regionale (%)
Svizzera	1.261.903	20,9	15,9	1.230.213	3,9	14,6
Germania	1.097.253	6,4	13,8	681.035	-16	8,1
Francia	703.467	-10	8,9	401.203	8,5	4,8
Spagna	499.454	-13,3	6,3	343.467	-42,1	4,1
Stati Uniti	476.362	-24,9	6,0	683.264	-27,5	8,1
Regno Unito	351.096	-28,741	4,4	79.861	28,6	1,0
Turchia	326.167	-4	4,1	182.656	4,3	2,2
Grecia	230.284	-0,3	2,9	157.484	6,3	1,9
Albania	228.998	23,8	2,9	164.934	2,3	2,0
Belgio	209.604	-21	2,6	146.518	-43,5	1,7
MONDO	7.947.371	-10,4	100,0	8.398.968	-15,4	100,0

Fonte: elaborazioni su dati ISTAT 2013.

Nonostante la performance negativa delle esportazioni pugliesi nel 2013, la Puglia è riuscita a migliorare il saldo della bilancia commerciale regionale che, seppur si è chiuso con un disavanzo, pari ad oltre 457,6 milioni di Euro, risulta in netto miglioramento rispetto al 2012 che si era chiuso invece con un disavanzo di oltre 1.174 milioni di Euro.

Infatti, nel corso del 2013, le importazioni pugliesi dal resto del mondo hanno conosciuto una significativa contrazione (-15,4%), contribuendo così al miglioramento del disavanzo commerciale.

In relazione ai singoli partner commerciali, si evidenzia che, nella graduatoria dei principali Paesi partner della Puglia per le importazioni figurano ormai molti di quei Paesi emergenti ed in via di sviluppo considerati tra i più "dinamici" sullo scenario internazionale, i quali riescono a piazzare la loro offerta sul mercato regionale, mentre, come si è già evidenziato, le imprese regionali non riescono, viceversa, a sviluppare i relativi flussi commerciali nella direzione opposta.

Al primo posto nella graduatoria dei Paesi fornitori della Puglia nel 2013, figura la Svizzera che ha aumentato le vendite in Puglia del 3,9%, anche per via della presenza di importanti aziende farmaceutiche svizzere nella regione, seguita dal Brasile (-27,6%) e dagli Stati Uniti (-27,5%) che seppur evidenzino una diminuzione del flusso esportativo di beni verso la Puglia, detengono una quota consistente sul totale import regionale (rispettivamente 8,3% e 8,1%).

Tabella 7. Principali partner della Puglia in base al flusso di importazioni, 2013
(Valori in migliaia di euro e variazioni in %)

	Importazioni			Esportazioni		
	Valore	Var% 2013/2012 (%)	Quota sul totale import regionale (%)	Valore	Var % 2013/2012 (%)	Quota sul totale export regionale (%)
Svizzera	1.230.213	3,9	14,6	1.261.903	20,9	15,9
Brasile	697.559	-27,6	8,3	52.774	-29,8	0,7
Stati Uniti	683.264	-27,5	8,1	476.362	-24,9	6,0
Germania	681.035	-16	8,1	1.097.253	6,4	13,8
Cina	446.930	-6,4	5,3	88.047	-9,7	1,1
Indonesia	410.675	-10,1	4,9	6.204	4,4	0,1
Francia	401.203	8,5	4,8	703.467	-10	8,9
Spagna	343.467	-42,1	4,1	499.454	-17,3	6,3
Russia	285.974	-16,6	3,4	67.363	-28,9	0,8
Paesi Bassi	222.318	-3,5	2,6	202.926	-43,1	2,6
MONDO	8.398.968	-15,4	100,0	7.947.371	-10,4	100,0

Fonte: elaborazioni su dati ISTAT 2013.

In base a queste dinamiche di sviluppo del commercio estero pugliese, prendendo spunto dai positivi dati per i primi mesi del 2014 che evidenziano una buona ripresa dell'export pugliese, a conferma della **rinnovata dinamicità delle imprese pugliesi sui mercati esteri**, si evidenzia l'opportunità per le imprese esportatrici di indirizzare maggiormente i propri sforzi in direzione delle aree geografiche più dinamiche, allineandosi con l'effettiva evoluzione della domanda internazionale, anche al fine di valorizzare la relativa capacità di esportare nei settori a domanda mondiale dinamica, con maggiori contenuti di innovazione.

Infatti, nonostante il rinnovato slancio esportativo delle imprese pugliesi ed il **costante aumento del numero delle imprese esportatrici in Puglia, (passate da 5.859 nel 2011 a 6.246 nel 2012)**, si ritiene che l'andamento delle vendite all'estero della Puglia abbia intercettato soltanto in parte la ripresa del commercio internazionale per via di alcuni persistenti elementi di debolezza che si possono ricondurre ad alcuni fattori endogeni legati alla struttura dell'economia regionale, alla cultura imprenditoriale prevalente ed all'approccio all'internazionalizzazione adottato dagli operatori economici locali rispetto alle opportunità di sviluppo sui mercati esteri, con particolare riferimento a:

- il preponderante peso dei mercati più maturi per i beni del *"made in Italy"* nella composizione dei mercati di destinazione dell'export regionale, con particolare riferimento ai Paesi europei e dell'America settentrionale, che evidenziano, soprattutto in questa fase di ciclo congiunturale, delle prospettive di sviluppo assai moderate;
- il debole posizionamento sui mercati più dinamici, sebbene spesso geograficamente e culturalmente più lontani, con particolare riferimento ai Paesi del vicino e lontano Oriente che presentano le migliori prospettive di sviluppo nel breve-medio periodo.
- la limitata dimensione delle singole imprese e la scarsa propensione ad associarsi che si conferma una variabile decisiva nel processo di internazionalizzazione di fronte agli elevati costi fissi associati in termini di investimenti, competenze, capacità di muoversi in mercati nuovi, adattamento del sistema di offerta alle condizioni della domanda estera;
- il perdurante *"gap"* nell'utilizzo di capitale umano qualificato e le scelte organizzative adoperate per gestire le strategie di internazionalizzazione.

Gli spazi di miglioramento delle performance regionali nelle varie dimensioni di internazionalizzazione, già parecchio evidenti nel confronto con le altre regioni italiane rispetto alla propensione all'export, si evidenziano anche in riferimento alle attività internazionali delle imprese sotto il profilo della capacità di inserimento e presidio dei flussi di investimenti esteri, dove la Puglia fornisce un contributo ancora esiguo ai dati nazionali, benché si registrino dei progressi positivi.

In base agli ultimi dati disponibili che tracciano i flussi di investimenti diretti esteri in uscita ed in entrata rispetto all'Italia, riferiti al 2012⁸ (tabella 8), nonostante qualche lieve miglioramento, si conferma la contenuta propensione degli imprenditori pugliesi ad effettuare degli investimenti diretti all'estero.

Infatti, sebbene le operazioni registrate da parte di imprese pugliesi siano in costante aumento, passate da 211 operazioni registrate nel 2008 a 246 nel 2012, il contributo della Puglia alle partecipazioni estere detenute da imprese italiane si mantiene su livelli modesti (0,83% delle partecipazioni effettuate da imprese italiane nel 2012).

Si rileva, inoltre, in questa fase, una netta preferenza da parte degli investitori pugliesi per investimenti in imprese estere di dimensioni inferiori rispetto ai corrispondenti valori nazionali in termini di addetti medi (circa 29 addetti ad impresa per le 246 imprese estere partecipate da investitori pugliesi contro i circa 53 addetti dei rispettivi corrispondenti valori medi su scala nazionale).

Allo stesso tempo, a confronto con le altre regioni meridionali, la Puglia si posiziona al secondo posto, dopo la Campania, in relazione al numero delle imprese estere partecipate.

Tabella 8. Dinamica delle partecipazioni italiane in imprese estere, per regione di origine dell'impresa investitrice, 2011-2012
(no di imprese ed addetti in valori assoluti)

Area geografica	2011		2012	
	No Imprese	Addetti	No Imprese	Addetti
Italia Nord-Occidentale	13.733	937.584	13.749	924.659
Italia Nord-Orientale	9.638	298.759	9.576	296.166
Italia Centrale	5.025	300.143	5.028	302.242
Italia Meridionale	1.001	34.027	959	29.946
Abruzzo	247	8.824	208	8.426
Molise	20	417	22	421
Campania	437	16.343	422	13.065
Puglia	238	7.153	246	7.024
Basilicata	37	768	38	819
Calabria	22	522	23	191
Italia Insulare	247	4.518	237	4.890
Sicilia	192	3.314	190	3.696
Sardegna	55	1.204	47	1.194
Totale Italia	29.644	1.575.031	29.549	1.557.903

Fonte: elaborazioni ICE su dati REPRINT, Politecnico di Milano, 2014

Prendendo in esame i flussi di investimenti in entrata, si rileva qualche timido segnale di miglioramento sul fronte della capacità della Puglia di attrarre investimenti dall'estero, grazie sicuramente all'impatto positivo degli incentivi regionali a favore degli investimenti produttivi in Puglia.

⁸ Fonte: elaborazioni ICE su dati Banca Dati REPRINT - Politecnico di Milano, 2014.

Infatti, nell'ambito del ciclo di programmazione 2007 - 2013, con l'introduzione e l'attuazione dei Contratti di Programma Regionali, la Regione Puglia ha inteso mettere a disposizione delle grandi imprese uno strumento di agevolazione in grado di favorire programmi di sviluppo di medio-lungo periodo, basati su investimenti per la realizzazione di nuove unità produttive, per l'ampliamento di quelle già esistenti, l'innovazione di prodotto o di processo e per gli investimenti in ricerca industriale e sviluppo sperimentale, creando le basi per l'ingresso sul territorio regionale di alcuni grandi gruppi internazionali ed il consolidamento di altri già presenti.

Tale strumento ha sostenuto l'attivazione in Puglia di 43 Contratti di Programma (per un valore complessivo degli investimenti pari ad oltre 1,1 miliardi di Euro, a fronte di agevolazioni concedibili pari ad oltre 313,8 milioni di Euro), di cui 16 riferiti a grandi imprese con proprietà estera, provenienti prevalentemente dall'Europa (Germania, Francia e Gran Bretagna) e dal Nordamerica ed attive in diversi settori merceologiche (aerospazio, farmaceutico, mecatronica, vetro ed industria alimentare) che hanno sviluppato progetti di investimento in Puglia per un valore complessivo di oltre 405,7 milioni di Euro, a fronte di agevolazioni concedibili pari a circa 107,8 milioni di Euro⁹.

Ciononostante la quota complessiva di aziende nella regione con proprietà estera continua ad essere assai ridotta rispetto alle presenze complessivamente registrate in Italia (1,2% nel 2012), sebbene negli ultimi anni, il numero delle partecipate estere presenti in Puglia è passato da 98 nel 2009 a 122 nel 2012, con un incremento di 24 unità (+19,7%).

Nel confronto con le performance delle altre regioni del Mezzogiorno nel 2012, la Puglia si conferma al secondo posto, dopo la Campania, per numero complessivo di imprese a partecipazione estera presenti sul territorio regionale.

Nel biennio 2011-12, si è evidenziata una ripresa positiva nella dinamica degli investimenti diretti verso le regioni italiane che ha visto crescere di 129 unità il numero complessivo delle imprese partecipate estere attive in Italia e, nello stesso tempo, di 2 unità il numero attivo in Puglia.

Tabella 9. Dinamica della presenza in Italia di imprese a partecipazione estera, per regione della sede principale dell'impresa, 2011-2012
(N° di imprese ed addetti in valori assoluti)

Area Geografica	2011		2012	
	N° imprese	Addetti	N° imprese	Addetti
Italia Nord-Occidentale	5.642	526.553	5.737	519.224
Italia Nord-Orientale	1.947	147.793	1.979	153.064
Italia Centrale	1.467	203.061	1.478	198.127
Italia Meridionale	441	39.655	445	41.701
Abruzzo	76	20.298	80	22.220
Molise	19	345	18	331
Campania	126	9.879	130	9.821
Puglia	120	7.016	122	7.226
Basilicata	60	385	60	407
Calabria	40	1.732	35	1.696
Italia Insulare	257	7.870	244	9.056
Sicilia	215	2.080	198	3.167
Sardegna	42	5.790	46	5.889
Totale Italia	9.754	924.932	9.883	921.172

Fonte: elaborazioni ICE su dati REPRINT, Politecnico di Milano, 2014

⁹ Fonte: elaborazioni su dati Puglia Sviluppo, 2014.

Tuttavia, la posizione dell'Italia nella graduatoria mondiale dei flussi di investimenti diretti esteri in entrata rimane ancora relativamente debole per via dei fattori di criticità che caratterizzano l'attrattività del "Sistema Italia" sui mercati internazionali, con riflessi negativi anche sull'attrattività delle singole regioni.

Nello stesso tempo, come si è già evidenziato, l'Italia è rimbalzato dal 161° posto nel 2012 al 20° posto nel 2013 nella graduatoria mondiale dei principali paesi beneficiari dei flussi di IDE, con un valore degli investimenti in entrata pari a 17 miliardi di dollari, pari ad una quota di soltanto lo 1,17% dei flussi registrati¹⁰.

In questa fase congiunturale, contraddistinta da numerosi fattori di incertezza ed instabilità che condizionano l'attuale andamento dell'economia internazionale, il livello complessivamente contenuto di apertura internazionale dell'economia pugliese, specie in relazione al volume degli scambi commerciali generati con il resto del mondo (c. 16,3 miliardi di Euro il valore complessivo degli scambi commerciali generati dalla Puglia nel 2013, contro c. 749 miliardi generati dall'Italia) e lo scarso livello di partecipazione alle dinamiche degli investimenti esteri, continuano a mettere in evidenza un modello di internazionalizzazione produttiva regionale ancora poco evoluto che non riesce ancora a cogliere appieno le opportunità offerte alle dinamiche di sviluppo del mercato globale.

In questo contesto, la sfida più rilevante per le politiche di intervento della Regione Puglia percorre due direttrici:

- proseguire e rafforzare gli interventi in grado di incidere sui fattori di competitività, aiutando le imprese ad orientarsi verso lo sviluppo di servizi e prodotti più innovativi, a maggiore valore aggiunto, nonché verso mercati di sbocco internazionali più dinamici;
- valorizzare i punti di forza e le specificità dei settori strategici di sviluppo a livello regionale, **rafforzando la capacità di attrarre investitori ed intercettare progetti di investimento**, specie nei settori chiave ad alta intensità di contenuto tecnologico e know-how.

¹⁰ Fonte: op. citata, UNCTAD, 2014.

3. IL POSIZIONAMENTO COMPETITIVO

La Puglia evidenzia una condizione di sviluppo dinamico che, negli ultimi anni, si è accompagnata anche al graduale consolidamento dell'attrattività del territorio grazie al costante impegno del governo regionale verso le politiche di intervento a favore del rafforzamento dei fattori di competitività locali, attraverso significativi investimenti in formazione, ricerca, innovazione ed internazionalizzazione.

Infatti, la Puglia si presenta oggi come una delle regioni più attrattive e di maggior richiamo del Sud Italia per la nascita di nuove attività imprenditoriali e per la realizzazione di investimenti produttivi, nonché come centro all'avanguardia per lo sviluppo di attività di ricerca ed innovazione.

In questo contesto, oltre alla positiva dinamica della presenza in Puglia di imprese a partecipazione estera (cfr. tabella 9), si evidenzia che sempre più stranieri scelgono di stabilizzarsi ed avviare delle nuove attività imprenditoriali in Puglia: a fine 2013 risultavano essere attive in Puglia 16.550 imprese condotte da imprenditori di origini straniere (+4,3% sul 2012), di cui il 75,8% provengono da paesi extra-UE.

Allo stesso tempo, al fine di riuscire ad intercettare un numero più significativo di investitori, imprenditori e di progetti di investimento appare evidente la necessità di intervenire con sempre maggiore efficacia attraverso strategie mirate di promozione e valorizzazione del territorio, facendo leva su una serie di punti di forza che, grazie alle politiche di intervento regionale, si rafforzano e consolidano sempre di più, ovvero:

- i. il **sistema di governo regionale** che beneficia di un elevato livello di stabilità e autonomia nella programmazione e gestione delle politiche di sviluppo industriale regionale, offrendo alle imprese che investono nello sviluppo economico locale un mix attrattivo di elementi per localizzarsi e far crescere le proprie attività nella regione;
- ii. la **posizione geografica strategica** ed un'ottima dotazione infrastrutturale, in grado di garantire l'accessibilità ed i collegamenti internazionali, che rendono la Puglia una **location ideale** per lo sviluppo di opportunità di business all'interno dell'Unione Europea, con facile accesso ai mercati emergenti della Penisola Arabica e dell'Estremo Oriente;
- iii. un clima d'affari positivo, con un **sistema imprenditoriale** fortemente dinamico e ben predisposto ai rapporti con i mercati internazionali;
- iv. una **forza lavoro** altamente qualificata e un mercato del lavoro giovane ed attivo;
- v. un'eccellente rete di **università e centri di ricerca** che esprimono numerosi "centri di eccellenza" a livello mondiale in diversi settori altamente specializzati;
- vi. un articolato **sistema di incentivi**, finalizzato sia ad attrarre investimenti esteri, sia a promuovere lo sviluppo imprenditoriale del sistema produttivo regionale, con soluzioni "su misura" per le esigenze di investitori e progetti di sviluppo che vanno da iniziative imprenditoriali di start-up e di micro-impresa, fino ad iniziative di grandi imprese di integrano investimenti produttivi con progetti di ricerca e sviluppo di medio-lungo periodo;
- vii. un'elevata **qualità della vita** ("*Apulian lifestyle*") che rende particolarmente vantaggioso vivere e lavorare in Puglia.

4. INDIRIZZI STRATEGICI ED OBIETTIVI

Come si è già evidenziato in premessa, le prossime iniziative regionali a favore del marketing localizzativo si innestano sulla nuova visione strategica declinata nel documento **“SmartPuglia 2020”** che proietta la regione verso un nuovo modello di sviluppo intelligente, inclusivo e sostenibile, fondato su una nuova generazione di politiche di intervento, in grado di stimolare:

- il rafforzamento delle capacità competitive del sistema economico regionale, anche attraverso una maggiore e migliore integrazione delle competenze e della creatività con le nuove tecnologie;
- la valorizzazione dei talenti e delle competenze come fattore chiave del cambiamento;
- il rafforzamento della capacità di gestione e di presidio delle emergenti sfide sociali e ambientali;
- la diffusione della digitalizzazione come acceleratore della “intelligenza” delle comunità locali e diffuse e strumento per l’open government;
- la creazione di reti lunghe di connessione per facilitare la circolazione dei saperi anche oltre la dimensione territoriale.

Tale modello di sviluppo segue le linee di indirizzo dell’Unione Europea che, per il ciclo di programmazione 2014 - 2020, in tema di competitività, promuove la strategia **“Europa 2020”** che propone di guardare alla nuova programmazione in una logica di rafforzamento delle cosiddette **“Smart specialization”**, ovvero di potenziare la massa critica di competenze scientifiche, tecnologiche e produttive che caratterizzano un territorio in una chiave di connessione/alleanza con le analoghe e complementari specializzazioni degli altri territori europei.

In questa ottica, il documento **“SmartPuglia 2020”** descrive i principali elementi che costituiscono la strategia regionale per la ricerca e l’innovazione basata sulla **“Smart Specialization”** per il ciclo di programmazione 2014-2020, identificando le priorità settoriali per gli interventi regionali di sostegno all’innovazione ed alla competitività regionale (tabella 10), mettendo in relazione le aree prioritarie di intervento con le traiettorie tecnologiche tracciate per il territorio e le sfide emergenti.

Tabella 10. Mappatura delle aree di innovazione prioritarie per la Puglia

Aree di innovazione prioritarie	Settori/ambiti tecnologici	Sfide prioritarie	Aree tematiche di riferimento
MANIFATTURA SOSTENIBILE	Fabbrica intelligente Meccatronica Aerospazio Trasporti e logistica avanzata Nuovi materiali/ nanotecnologie	<ul style="list-style-type: none"> - Soddisfare le esigenze di mercati che richiedono prodotti innovativi e spesso altamente sofisticati; - Sostenere l'impatto della globalizzazione, puntando sulla competitività, l'efficienza, l'innovazione e la eccellenza tecnologica nei processi produttivi; - Garantire uno sviluppo sostenibile sia in termini di impatto ambientale che sociale. 	Area tematica sistemica e composita che comprende i temi della manifattura, dei processi e dei mezzi di produzione, beni strumentali, intelligenza tecnica e organizzativa, della loro connessione con i prodotti e con l'avanzamento di loro specifiche prestazioni anche tramite lo studio e l'impiego di materiali avanzati, la gestione e le connessioni lungo la catena del valore ed i servizi complementari, dalla progettazione alla logistica, al software di controllo, alla formazione.
SALUTE DELL'UOMO E DELL'AMBIENTE	Green economy Blue economy Agroalimentare Turismo	<ul style="list-style-type: none"> - La sfida sociale dell'invecchiamento e della disabilità in generale, anche attraverso il superamento e la riduzione di barriere nel campo dell' <i>"active and healthy ageing"</i>, identificando soluzioni trasversali, mettendo in comunicazione settori, competenze e strumenti diversi e favorendo lo scambio di best-practice attraverso un ampio sforzo collaborativo orientato ai risultati; - La sfida ambientale in senso lato, puntando all'identificazione di soluzioni tecnologiche innovative che supportino lo sviluppo del tessuto produttivo tutelando contemporaneamente l'ambiente; - La connessione della produzione agroalimentare di qualità e dell'agricoltura sociale con obiettivi di salute dell'uomo e di rispetto dell'ambiente. 	Area tematica integrata rivolta alla salvaguardia e al miglioramento dell'ambiente di vita per l'uomo, che poggia sull'applicazione di tecnologie a sostegno dell'assistenza e dell'autonomia degli individui, la sostenibilità delle attività agricole e della trasformazione alimentare, lo studio di nuove produzioni biochimiche, la valorizzazione del territorio e delle aree marine con le loro caratteristiche naturali, storiche, culturali.

Tabella 10. Mappatura delle aree di innovazione prioritarie per la Puglia

Aree di innovazione prioritarie	Settori/ambiti tecnologici	Sfide prioritarie	Aree tematiche di riferimento
COMUNITÀ DIGITALI, CREATIVE E INCLUSIVE	Industria culturale e creativa Servizi ICT Social innovation Design Innovazione (non R&D)	<ul style="list-style-type: none"> - Convogliare le energie positive derivanti dalle “Comunità digitali, creative e inclusive” per lo sviluppo delle città; - Sviluppare nuovi modelli di servizi rivolti alla specifica area di innovazione - Sviluppare sistemi di gestione integrata del patrimonio culturale pugliese; - Sviluppare un dialogo proficuo e una collaborazione trasversale tra le “Comunità digitali, creative e inclusive” e i settori dell’industria tradizionale in modo da attivare reciproci processi di innovazione. 	Area tematica rivolta allo studio ed alla applicazione di tecnologie informatiche per la generazione di servizi a sostegno delle comunità reali e virtuali, per lo stimolo ed il potenziamento di attività fondate sulle capacità intellettive e sulle relazioni umane, per la valorizzazione dell’innovazione sociale e organizzativa.

Fonte: “Smart Specialization Strategy Regione Puglia - SmartPuglia 2020”, marzo 2014

Tenendo conto, quindi, delle aree prioritarie di innovazione identificate dalla Regione Puglia, le prossime iniziative di marketing territoriale saranno improntate ad una logica selettiva, puntando ad individuare e ad attrarre tipologie di investimenti, prioritariamente nei settori ritenuti “*chiave*” per lo sviluppo della competitività dell’economia locale, specie in una logica di rafforzamento delle cosiddette “*smart specialization*”, in grado di garantire buone prospettive in termini di impatto occupazionale, specie dal punto di vista qualitativo, e di integrazione e collaborazione con il sistema delle imprese, i distretti produttivi e tecnologici e con il sistema universitario e della R&ST, al fine di generare opportunità di scambio e di trasferimento di know-how e competenze specifiche all’interno sia di eventuali nuovi insediamenti sia di quelli esistenti.

In questo ambito, particolare attenzione verrà posta su iniziative per l’attrazione non solo di progetti di investimento nei settori “chiave”, bensì anche per l’attrazione di imprenditori con competenze ed idee innovative, interessate ad avviare delle nuove attività imprenditoriali in Puglia (start-up innovative), nonché per l’attrazione di capitali di investimento, diretti a sostenere le fasi di industrializzazione, commercializzazione e/o di trasferimento di brevetti sviluppati in Puglia che riguardano prodotti, tecnologie e servizi innovativi.

4.1. Gli obiettivi strategici

La nuova strategia di marketing localizzativo regionale che s’intende percorrere, a partire dalla sperimentazione del modello di intervento tracciato dal presente piano operativo, si fonda sulla seguente visione:

“Diventare una delle prime 5 regioni attrattive in Italia per i flussi di IDE, affermando l’immagine della “Smart Puglia”, ovvero di una regione dinamica, innovativa, creativa e connessa, in grado di accogliere e soddisfare i fabbisogni di investitori e progetti di investimento, intelligenti e sostenibili.”

In linea con questa visione, i principali obiettivi strategici da percorrere per la Regione Puglia attraverso l’implementazione delle iniziative di marketing territoriale possono dirsi:

- creare le condizioni e gli strumenti per una piena valorizzazione dell’offerta competitiva del territorio, **rafforzando il posizionamento della Puglia** nel mercato internazionale dei flussi di investimenti diretti;
- **attrarre un sempre maggiore numero di investitori e progetti di investimento**, attivi nei settori considerati strategici per il rafforzamento della competitività dell’economia locale, specie nei suddetti settori di specializzazione e, comunque, in settori di attività ad elevato valore aggiunto;
- **attrarre un sempre maggiore numero di imprenditori e “business idea” innovativi**;
- **catalizzare l’attenzione di “seed capitalist” e risorse per rafforzare gli investimenti in iniziative regionali** nel campo della ricerca e dell’innovazione, finalizzate prioritariamente allo sviluppo di nuovi brevetti e/o al trasferimento tecnologico;
- **valorizzare l’offerta di spazi insediativi e servizi di assistenza agli investitori** disponibili a livello territoriale, mettendo in evidenza le opportunità di connessione ed interazione con il sistema regionale delle infrastrutture e delle competenze.

4.2. Le priorità geografiche

La definizione delle priorità geografiche sulle quali insisterà il piano operativo per il periodo 2014-2015 prende le mosse dall'attenta analisi e dal confronto ed approfondimento dei seguenti elementi:

- i risultati dell'analisi dell'andamento del quadro macroeconomico internazionale, con particolare riferimento alle principali dinamiche dei flussi IDE;
- i risultati dell'analisi del posizionamento della Puglia nell'attuale ciclo congiunturale dell'economia mondiale;
- gli orientamenti emersi sui tavoli di lavoro nazionali, anche in seno alla Cabina di regia per l'internazionalizzazione, istituita nel 2011¹¹;
- gli orientamenti della strategia regionale "SmartPuglia 2020" in riferimento alle aree di innovazione prioritarie regionali ed ai settori strategici di sviluppo.

Le priorità geografiche così identificate, si pongono in stretta relazione con gli obiettivi specifici di marketing territoriale da perseguire, tenendo conto anche dello stadio di sviluppo dei rapporti istituzionali ed economici bilaterali nelle singole aree geografiche di riferimento e, quindi, del relativo potenziale di sviluppo e/o di consolidamento.

Sulla base di questi orientamenti, vengono riproposti tre gruppi distinti di mercati sui quali focalizzare gli interventi di marketing localizzativo previsti per il 2014-2015.

Tabella 11. Quadro sinottico delle Aree/Paesi "focus" per le iniziative di marketing localizzativo per il 2014-2015

Mercati "consolidati"	Mercati "ad alto potenziale"	Mercati di "prossimità"
Unione Europea (Francia, Germania, Gran Bretagna, Paesi Bassi, Svizzera)	Medio Oriente, Paesi del Golfo (E.A.U.)	Bacino Mediterraneo (Turchia)
Nord America (Stati Uniti e Canada)	Russia e Paesi della CSI	
	Estremo Oriente (Cina, Corea del Sud)	

4.3. Le priorità settoriali

L'individuazione delle priorità settoriali di riferimento per il piano operativo di marketing localizzativo per il periodo 2014-2015 si riconduce prioritariamente all'opportunità di allinearsi agli orientamenti della strategia regionale "SmartPuglia 2020" in merito alle tre aree di innovazione prioritarie regionali, in modo da creare sinergie, utili ad attrarre investimenti e rafforzare la massa critica all'interno dei settori strategici per lo sviluppo dell'economia locale.

A queste aree di innovazione prioritarie, si aggiunge una quarta area di priorità per gli interventi regionali, connessi con le opportunità di rilancio, riconversione e riqualificazione

¹¹ La Cabina di Regia per l'internazionalizzazione è stata istituita ai sensi del D.L. 6 luglio 2011 n.98, convertito con modifiche con la Legge 15 luglio 2011 n.111 e s.m.i.. La Cabina di regia è presieduta dal Ministro dello Sviluppo Economico e dal Ministro degli Affari Esteri, e vede la partecipazione del Ministero dell'Economia e Finanze, di Confindustria, ABI, Unioncamere e della rappresentanza delle Regioni italiane. Obiettivo della Cabina di regia è il coordinamento delle linee guida e di indirizzo strategico per l'utilizzo delle risorse in materia di promozione ed internazionalizzazione delle imprese.

di alcuni settori più tradizionali del “Made in Italy” che riscontrano una presenza diffusa sul territorio e che hanno subito in maniera più marcata le ripercussioni degli effetti della crisi internazionale e dell’avanzamento della concorrenza a basso costo, proveniente soprattutto dai Paesi asiatici.

In questo modo, i settori “focus” per il presente piano operativo, riferito al periodo 2014-2015 possono essere riassunti nel modo seguente (tabella 12).

Tabella 12. Quadro sinottico dei settori “focus” per le iniziative di marketing localizzativo per il 2014-2015		
Priorità regionali	Aggregazioni/Traiettorie tecnologiche	Settori “focus”
MANIFATTURA SOSTENIBILE	Fabbrica Intelligente (industria sostenibile)	Meccatronica
	Trasporti e mobilità sostenibile	Aerospazio Automotive Logistica avanzata
SALUTE DELL’UOMO E DELL’AMBIENTE	Green Economy	Tecnologie ambientali Energia rinnovabile
	Blue Economy	Nautica da diporto Turismo portuale
	Salute e benessere	Farmaceutica Cosmetica Biotecnologie
	Sicurezza alimentare ed agricoltura sostenibile Turismo	Agro-industria
COMUNITÀ DIGITALI, CREATIVE E INCLUSIVE	Agenda digitale	Servizi ICT
	Industria creativa	Industria dell’intrattenimento
RILANCIO/RICONVERSIONE/ RIQUALIFICAZIONE SETTORI TRADIZIONALI “MADE IN ITALY”	Sistema casa	Arredamento Complementi d’arredo
	Sistema moda-persona	Abbigliamento Calzaturiero Gioielleria

5. LINEE DI INTERVENTO

In linea con gli indirizzi ed obiettivi strategici che guidano il piano operativo di marketing localizzativo, si evidenzia la necessità di procedere alla predisposizione di strumenti, servizi ed interventi di sostegno - promozionali, informativi - in grado di:

- **rafforzare la capacità di proiezione dell'immagine del "Sistema Puglia" sui principali mercati esteri**, anche attraverso un maggiore e migliore coordinamento delle iniziative di promozione settoriale e marketing territoriale messe in campo dalle varie strutture regionali;
- **rafforzare l'immagine e l'attrattività della regione quale destinazione per gli investimenti produttivi**, attraverso azioni mirate di marketing territoriale, intese a favorire l'attrazione degli investimenti produttivi esteri nei settori strategici;
- **mobilitare le comunità dei pugliesi residenti all'estero**, quale volano per la positiva proiezione dell'immagine regionale e la promozione dei rapporti economici con il territorio di origine sui principali mercati esteri.

Le linee di intervento del piano di marketing localizzativo per il periodo 2014-2015 si articolano, pertanto, in due tipologie:

- i. interventi di carattere trasversale, finalizzati alla promozione e valorizzazione dei vantaggi localizzativi offerti dal "**Sistema Puglia**" nel suo complesso;
- ii. interventi di carattere settoriale, volti alla promozione e valorizzazione del sistema di offerta regionale nei principali settori "focus".

Tali interventi verranno sviluppati tenendo conto della necessità di assicurare le opportune forme di sinergia ed integrazione, specie in un'ottica di ottimizzazione delle risorse pubbliche dedicatevi, con:

- le azioni ed iniziative di promozione economica previste nell'ambito dei programmi regionali di promozione dell'internazionalizzazione dei sistemi produttivi locali, da attuarsi a valere sull'Azione 6.3.2. del PO FESR 2007-2013;
- le azioni ed iniziative a favorire l'internazionalizzazione delle P.M.I., previste nell'ambito del Piano export per le Regioni della Convergenza (Campania, Calabria, Puglia e Sicilia), detto anche Piano Export Sud, che si articola in un programma pluriennale di attività, finanziato con fondi del PAC (Piano Azione Coesione), la cui realizzazione è stata affidata all'ICE-Agenzia Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane;
- gli interventi che verranno definiti in seno al "*Piano per la promozione straordinaria del Made in Italy e misure per l'attrazione degli investimenti*", di cui al D.L. n. 133 del 12 settembre 2014, la cui attuazione è affidata sempre all'ICE-Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane.

5.1. Gli interventi trasversali

Gli interventi di carattere trasversale sono finalizzati a predisporre una serie di strumenti e servizi di supporto alle iniziative di marketing localizzativo, nonché ad avviare alcune iniziative di valorizzazione dell'immagine del "Sistema Puglia", associandola alla nuova visione della "Smart Puglia" che presenta una regione dinamica, innovativa, creativa e connessa, di sicuro interesse per potenziali investitori con progetti di sviluppo, **intelligenti e sostenibili**.

Tali interventi si articolano prevalentemente in quattro ambiti:

- i. Attivazione desk "Invest in Apulia"
- ii. Predisposizione ed implementazione di strumenti informativi integrati per i potenziali investitori;
- iii. Istituzione e gestione di un roster di soggetti intermediari, esperti di business scouting;
- iv. Pianificazione e realizzazione campagna di promozione "Invest in Apulia".

5.1.1. Attivazione desk "Invest in Apulia"

Strumenti informativi integrati per i potenziali investitori	
Obiettivi	Assicurare servizi di assistenza tecnica ai potenziali investitori nella realizzazione dei rispettivi piani di investimenti.
Principali interventi previsti	<ul style="list-style-type: none">– Progettazione e definizione funzioni e servizi di assistenza tecnica del desk "Invest in Apulia", quale punto di informazione, orientamento ed assistenza ai potenziali investitori;– Istituzione desk "Invest in Apulia", presso Puglia Sviluppo S.p.A.;– Gestione ed implementazione funzioni e servizi di assistenza tecnica del desk "Invest in Apulia".
Periodo di riferimento	dicembre 2014 - dicembre 2015

5.1.2. Predisposizione ed implementazione di strumenti informativi integrati per i potenziali investitori

Strumenti informativi integrati per i potenziali investitori	
Obiettivi	Realizzare/attivare una serie di strumenti utili a rendere fruibili ed accessibili informazioni qualificate sul sistema territoriale ed imprenditoriale regionale, nonché sulle opportunità e modalità di investimento per potenziali investitori.
Principali interventi previsti	<ul style="list-style-type: none"> – Ideazione, progettazione e realizzazione brochure promozionale, dedicata alla presentazione dei principali vantaggi localizzativi in Puglia, in versione bilingue (italiano/inglese) su formato cartaceo e formato elettronico; – Ideazione, progettazione e realizzazione brochure tecnica, finalizzata a costituire una “guida per l’investitore”, completa delle informazioni relative alle opportunità e modalità di investimento in Puglia, in versione bilingue (italiano/inglese) su formato cartaceo e formato elettronico; – Implementazione portale internet istituzionale con area dedicata alla presentazione ai vantaggi localizzativi in Puglia ed a fornire ai potenziali investitori informazioni relative alle opportunità e modalità di investimento in Puglia, in versione bilingue (italiano/inglese); – Ideazione, progettazione e realizzazione soluzioni ed applicazioni informatiche, funzionali a rendere fruibili, anche su dispositivi mobili, informazioni relative a strumenti ed opportunità di investimento in Puglia, in versione bilingue (italiano/inglese).
Periodo di riferimento	dicembre 2014 - dicembre 2015

5.1.3. Istituzione e gestione roster, esperti di business scouting

Roster esperti di business scouting	
Obiettivi	Individuare ed attivare una rete di soggetti intermediari, esperti di business scouting, finalizzato all'individuazione ed alla selezione di progetti di investimento, proposti da aziende italiane o straniere, per la realizzazione di nuovi investimenti in Puglia, prioritariamente nel settore manifatturiero e comunque nei settori ritenuti "chiave" per lo sviluppo locale, in grado di garantire buone prospettive in termini di impatto occupazionale, specie dal punto di vista qualitativo, e di integrazione e collaborazione con i sistemi e distretti produttivi locali e con il sistema universitario e della R&ST.
Principali interventi previsti	– Predisposizione ed attivazione procedura di evidenza pubblica, finalizzata all'istituzione ed aggiornamento di un roster di esperti di business scouting.
Periodo di riferimento	dicembre 2014 - dicembre 2015

5.1.4. Pianificazione e realizzazione campagna di promozione "Invest in Apulia"

Campagna promozionale "Invest in Apulia"	
Obiettivi	Pianificare e realizzare una serie azioni di marketing localizzativo, rivolte ai principali stakeholder ed operatori dei settori strategici di interesse, attivi in Italia e sui mercati esteri "focus", finalizzate a presentare e promuovere i vantaggi localizzativi e le opportunità di investimento in Puglia.
Principali interventi previsti	<ul style="list-style-type: none"> – Identificazione stakeholder e gruppi di potenziali investitori attivi nei settori/Paesi di interesse, attraverso la realizzazione di ricerche "desk" ed attività di screening, con il ricorso a qualificati database (Bureau Van Dijk, fDi Intelligence), tenendo conto delle segnalazioni ed informazioni fornite dagli esperti di business scouting; – Creazione, gestione ed alimentazione sistema informativo interno sui gruppi di potenziali investitori; – Predisposizione newsletter "Invest in Apulia" e realizzazione di azioni di direct mailing, indirizzate ai gruppi di potenziali investitori; – Programmazione ed organizzazione roadshow di workshop ed incontri di presentazione delle opportunità di investimento in Puglia, con diverse tappe in alcune delle principali città dei Paesi "focus" per gli interventi di marketing localizzativo regionali (cfr. Tabella 11); – Organizzazione calendario eventi "Invest in Apulia", da realizzarsi in Puglia, di presentazione delle politiche regionali di marketing localizzativo e delle opportunità di investimento sul territorio. – Pianificazione e realizzazione campagna mezzi, con pubblicità e servizi dedicati alle opportunità di investimento in Puglia, con riferimento ad alcuni mezzi specializzati mirati che si rivolgono ad un target di imprese e potenziali investitori internazionali (<i>fDi Magazine, The Economist, Business Week</i>).
Periodo di riferimento	dicembre 2014 - dicembre 2015

5.2. *Gli interventi settoriali*

Gli interventi di carattere settoriale sono finalizzati a predisporre e realizzare una serie di progetti strategici, finalizzati alla promozione del sistema di offerta regionale nei principali settori “focus” per le iniziative regionali di marketing localizzativo, in modo integrato alla valorizzazione dell’immagine della “*Smart Puglia*”.

In considerazione dei tempi a disposizione per la realizzazione dei suddetti progetti, si rende necessario focalizzare alcuni dei settori strategici di riferimento e sperimentare alcuni progetti in grado di coinvolgere opportunamente più settori e, nello specifico:

- i. Progetto strategico: “Apulia Attraction”
- ii. Progetto strategico “Apulia Business Exchange: Smart specializations”
- iii. Progetto strategico “Apulia Business Exchange: Design & Innovation”.

5.2.1. Progetto strategico: “Apulia Attraction”

Progetto “Apulia Attraction”	
Obiettivi	Mobilizzare le comunità dei pugliesi nel mondo, quale veicolo di promozione in Italia ed all'estero delle opportunità di investimento in Puglia, attraverso la creazione e l'alimentazione di una rete di “stakeholder”, di origine pugliese, interessati e disponibili a diventare degli “snodi intelligenti” per la diffusione di informazioni sulle opportunità di investimento in Puglia, intercettando potenziali investitori e progetti di investimento, specie nei settori strategici di interesse per lo sviluppo dell'economia locale, tenendo conto degli orientamenti regionali in materia di rafforzamento e consolidamento delle “ <i>smart specialization</i> ”.
Principali interventi previsti	<ul style="list-style-type: none">– Organizzazione, con cadenza annuale, di un “<i>networking meeting</i>” in Puglia cui saranno invitati a partecipare circa 15 manager ed imprenditori, di origine pugliese, residenti in diversi Paesi esteri, interessati ad aggiornare ed approfondire il proprio bagaglio di conoscenze relativo alla Puglia, quale destinazione ideale per la realizzazione di nuovi investimenti produttivi e di nuove partnership commerciali. I manager ed imprenditori da invitare a partecipare ai networking meeting saranno individuati tramite opportune procedure di evidenza pubblica e di screening delle candidature;– Costituzione rete di “stakeholder” ed alimentazione dei contatti con la rete, anche tramite l'utilizzo di internet e la fornitura e l'aggiornamento dei materiali promozionali di presentazione delle opportunità di investimento in Puglia;– Programmazione ed organizzazione incontri di presentazione delle opportunità di investimento in Puglia, rivolti ad operatori esteri, da realizzarsi con la collaborazione dei partecipanti alla suddetta rete nei Paesi esteri di riferimento.
Periodo di riferimento	dicembre 2014 - settembre 2015

5.2.2. Progetto strategico “Apulia Business Exchange: Smart specializations”

Progetto “Apulia Business Exchange: Smart specializations”	
Obiettivi	Sostenere la proiezione all'estero della Puglia, quale “ <i>centro di eccellenza</i> ” nei settori “focus”, connesse alle aree di innovazione prioritarie per la Puglia (cfr. tabella 10) e polo di attrazione per investitori, imprese innovative, reti di impresa e start-up con progetti di sviluppo ed investimento nel/i settore/i di riferimento.
Principali interventi previsti	<ul style="list-style-type: none"> – Individuazione e screening imprese leader ed operatori di settore attivi nei Paesi esteri “focus”, fondi di venture capital ed istituzioni bancarie da coinvolgere nell’iniziativa; – Costruzione mappatura sistema di offerta regionale nel/i settori di riferimento, mettendo in evidenza le competenze distintive delle imprese e del sistema regionale dell’innovazione e ricerca, nonché le opportunità di investimento; – Programmazione e realizzazione specifico calendario di iniziative di business scouting all’estero e/o di missioni in Puglia di operatori italiani ed esteri, interessati ad opportunità di collaborazione commerciale o industriale con partner pugliesi, nonché allo sviluppo di nuovi progetti di investimento sul territorio; – Progettazione ed organizzazione di uno o più eventi internazionali in Puglia, strutturati quale “borsa di affari” (business exchange), ovvero punto di incontro tra offerta e domanda nel/i settore/i “focus” di riferimento finalizzato a valorizzare le opportunità di collaborazione ed investimento in Puglia per operatori esteri, nonché a facilitare la collocazione sui mercati esteri dei risultati dei progetti di ricerca e brevetti regionali, attraverso accordi di cooperazione tecnologica, di licensing e così via.
Periodo di riferimento	gennaio - settembre 2015

5.2.3. Progetto strategico “Apulia Business Exchange: Design & Innovation”

Progetto “Apulia Business Exchange: Design & Innovation”	
Obiettivi	Rilanciare e rafforzare l’immagine all’estero della Puglia, quale punto di riferimento per la progettazione e realizzazione di prodotti, soluzioni e tecnologie innovativi nei settori tradizionali “Made in Italy” e polo di attrazione per investitori, imprese innovative, reti di impresa e start-up con progetti di sviluppo ed investimento nel/i settore/i di riferimento.
Principali interventi previsti	<ul style="list-style-type: none"> – Individuazione e screening imprese leader ed operatori di settore attivi nei Paesi esteri “focus”, fondi di venture capital ed istituzioni bancarie da di riferimento; – Costruzione mappatura sistema di offerta regionale nel/i settore/i di riferimento, mettendo in evidenza le competenze distintive delle imprese e del sistema regionale dell’innovazione e ricerca, nonché le opportunità di investimento; – Programmazione e realizzazione specifico calendario di iniziative di business scouting all’estero e/o di missioni in Puglia di operatori italiani ed esteri, interessati ad opportunità di collaborazione commerciale o industriale con partner pugliesi, nonché allo sviluppo di nuovi progetti di investimento sul territorio; – Progettazione ed organizzazione di uno o più eventi internazionali in Puglia, strutturati quale “borsa d’affari” (business exchange), ovvero punto di incontro tra offerta e domanda nel campo del design e dell’innovazione nel/i settore/i focus di riferimento, finalizzato a valorizzare le opportunità di collaborazione ed investimento in Puglia per operatori esteri.
Periodo di riferimento	gennaio 2015 - settembre 2015